



Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM

ADENDO

ANEXO I

BRIEFING

A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE

A comunicação do Poder Executivo Estadual baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever do governo informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social.

É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações de governo e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação do governo cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

Assim, a comunicação social do Poder Executivo Estadual tem como objetivos principais:

- Disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos segmentos sociais;
- Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do estado;
- Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- Explicar os projetos e as políticas de governo propostos pelo poder executivo estadual nas principais áreas de interesse da sociedade;
- Promover o estado de Rondônia no Brasil e no exterior;
- Atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da administração pública indireta e das sociedades e empresas sob o controle direto e indireto do Estado.

1. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL

O Potencial de Rondônia

Embora sinta e sofra as consequências do ambiente recessivo que afeta o Brasil, surpreendido no início do ano de 2020 pela pandemia provocada pelo novo coronavírus, que paralisa o crescimento, afeta cadeias de suprimentos, fecha fronteiras, derruba bolsas de valores, cancela eventos, colocando em cheque a economia, o governo de Rondônia sob a égide "Um novo norte, novos caminhos" vem guiando o Estado rumo ao seu destino de líder do agronegócio na Região Norte do país.

Com 38 anos de existência e 237.590 km² de território distribuídos em 52 municípios que abrigam uma população de 1,776 milhão de habitantes, o Estado de Rondônia tem mais de 146 mil propriedades rurais, das quais mais de 111 mil são pequenas propriedades voltadas para a agricultura familiar. Destacando-se que mais da metade desse patrimônio agrário já está no Cadastro Ambiental Rural - CAR, que é uma segurança patrimonial e uma garantia de respeito ao meio ambiente. O Estado de Rondônia conta com 5396 de suas florestas e ecossistemas preservados, muito em resultado de políticas públicas corretas de proteção ambiental e desenvolvimento sustentável.

Dentro desse ambiente geográfico e humano, o Estado de Rondônia produz diversas riquezas na agricultura de grãos, na pecuária com leite e carne bovina, peixes, aves, de forma sustentável, além de madeiras nativas e plantadas, minérios diversos, jazidas de calcário, produtos nativos e industrializados. Nesse meio, se fortalece o setor de serviços onde se destaca um comércio em plena expansão, diversificado, capilar e forte.

A consequência desse esforço de Governo em fazer a coisa certa, resulta em destacadas posições no plano nacional: Hoje o Estado é o 3º PIB da região Norte, é o 5º maior exportador de carne desossada do país, tem a 8ª maior bacia leiteira, é o 5º produtor de café, sendo o 1º da região Norte, o 13º de soja, 2º maior produtor de algodão da região Norte, o maior produtor de peixe nativo em cativeiro do Brasil, 13º maior produtor de milho, 4º em cacau. Tem a Rondônia Rural Show Internacional como a maior feira de agronegócios do Norte e a 7ª do país no segmento, e o concurso de qualidade do café do Brasil — CONCAFÉ. É também o segundo produtor de cassiterita e columbita do país, e possui um importante parque industrial que envolve desde agroindústrias familiares de polpas de frutas, peixes, derivados do leite e indústrias de couro, madeiras, moveleiras e metalúrgicas.

Esse resultado se comprova pela evolução do PIB que, segundo dados atuais do IBGE (2017), a variação em volume foi de 5,496, influenciada, sobretudo, pela decisão do Governo de Rondônia de ser grande produtor de alimentos para o mercado interno e externo.

A proposta é manter o foco para tornar-se estratégico e ser importante entreposto de exportações de riquezas do Norte e do Centro Oeste do Brasil para o mundo. É em razão disso que o Governo vem investindo em um sistema de escoamento que já conta com 8 rodovias federais, 82 estaduais, 7 aeroportos, 3 hidrovias e malha viária rural das mais capilares da Região Norte. Esse sistema intermodal de transporte interliga o Estado com todo o país e nações vizinhas como a Bolívia, o Peru, a Colômbia e a Venezuela, abrindo caminhos, via Oceano Pacífico para todos os continentes. Tudo por meio dos modais aquaviário, rodoviário e aéreo.

É resultado também de um ambiente politicamente pacificado onde os poderes mantêm interlocução respeitosa e harmônica. De políticas públicas de indução e consolidação das iniciativas empreendedoras comprometidas com o desenvolvimento e crescimento ambientalmente sustentável. Do estímulo e incentivos fiscais a investimentos em novas matrizes de produção e geração de riquezas. E, ainda, de um pujante polo acadêmico que lança, semestral e anualmente no mercado, centenas de jovens profissionais que não precisam buscar, noutros centros, graduação ou especialização para atender às necessidades do mercado.

Por fim, resulta de ações de governo que vem cumprindo, com transparência, as boas práticas fiscais de controle da economia, mantendo a honradez dos contratos internos e externos, dos pagamentos e compromissos com o funcionalismo público. Por isso, Rondônia mantém a credibilidade junto aos organismos federais e se destaca entre os poucos estados da federação com as contas positivas.

As informações citadas demonstram que Rondônia é um estado singular no contexto da federação brasileira. E mostram, com clareza, sua estratégica vocação de produtor diversificado de alimentos e riquezas.

2. DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

Em meio às mudanças ocorridas na Administração Pública que antes tinha seu foco principal nos procedimentos internos, onde predominava uma forte burocracia, nas últimas décadas o que se observa é que essa nova gestão pública está focada mais no cidadão e nos resultados a serem alcançados. A Administração Pública passa por mudanças para atender da melhor forma as pessoas, que estão cada vez mais exigentes e cientes dos seus direitos e deveres, e obedecendo ao Princípio da Publicidade, o cumprimento destes conceitos ainda se submetem à legislação da publicidade institucional e de utilidade pública.

A comunicação por meio da publicidade ganha emblematicamente missão ainda mais desafiadora, pelo enfrentamento à pandemia do COVID-19, entre o isolamento social e a economia do Estado. Em essência, para o administrador público, fica a difícil decisão, se os impactos econômicos do isolamento são maiores do que os seus benefícios em termos de saúde pública.

Quando há recessão, cai a arrecadação de impostos e o governo se vê obrigado a aumentar seus gastos para mitigar os efeitos do desemprego elevado. Já quando a economia cresce, aumenta a arrecadação, enquanto caem os gastos do governo, que precisa se preocupar menos com o desemprego.

Em Rondônia há a iniciativa de se construir uma ampla base capilar de investimentos, de oportunidades de negócios e de empregabilidade em ação conjugada do estado com a sociedade civil para prevenir o desastre econômico iminente. Há de se reconhecer que em 2019 muitas ações de desenvolvimento foram aplicadas e avaliadas para a elaboração do Plano Estratégico, resultando

o grande desafio de executar o planejamento proposto.

2.1 Expansão das agências de microcrédito

Visando a geração de emprego e renda, o Governo de Rondônia ampliou os postos de atendimento ao crédito, de atuais 31 para 49 agências, ou seja, saindo de uma abrangência de 5996 para 9496 de cobertura do território do Estado.

Com o objetivo de apoiar e financiar atividades produtivas de empreendedores, principalmente por meio da disponibilização de recursos para o microcrédito produtivo orientado, haverá ainda a implantação de mais 18 postos nos próximos meses.

O Público-alvo de liberação de crédito são pequenos empreendedores, micro empresários individuais, produtores rurais, associações e cooperativas localizadas no Estado, que se dediquem às atividades produtivas, comerciais e prestadoras de serviços, sejam elas dos setores urbano ou rural. Os recursos disponibilizados serão do Fundo de Investimento e Desenvolvimento Industrial do Estado de Rondônia (FIDER).

2.2 Infraestrutura e o DER

O Departamento de Estradas de Rodagem, Infraestrutura e Serviços Públicos — DER-RO tem por objetivo dotar Rondônia de uma infraestrutura rodoviária condizente com as reais necessidades de funcionamento do sistema estadual de transportes de passageiros e de cargas, visando o bem-estar das comunidades e escoamento da produção do agronegócio e agricultura familiar, estabelecendo condições para o desenvolvimento socioeconômico do Estado.

Para que Rondônia figure como pujante estado agrícola e pecuário, considerando os aspectos climáticos, o DER-RO tem como grande desafio manter a malha viária do Estado enfrentando o inverno amazônico, cuja principal característica é o volume de chuvas abundante que ocorre durante seis meses do ano, dificultando ao extremo as condições de operação e manutenção das estradas.

Rondônia conta com 515 quilômetros de rodovias pavimentadas e o DER estima a realização de cerca de R\$ 106 milhões de investimentos nos próximos 3 anos. Já para as macro rodovias não pavimentadas, que compreendem 2.205 quilômetros de extensão, serão investidos cerca de R\$ 130 milhões no mesmo período.

Para o exercício de manutenção e construção de rodovias pavimentadas, o DER conta com quatro usinas de asfalto no Estado, localizadas no municípios de Rolim de Moura, Ji-Paraná, Jaru e Porto Velho.

Na implantação direta de melhorias, podemos destacar o aumento da Malha Rodoviária Pavimentada do Estado de 1.520 km para 2.220, com um custo médio de implantação de de R\$ 2,19 milhões e cerca de R\$ 1,5 bilhão para construir aproximadamente mais 700 km de rodovias.

Nos próximos três anos também serão investido cerca de R\$ 580 milhões para cerca de 312km de Rodovias e construção de 5 (cinco) pontes , conforme Plano Anual de Manutenção 2020 (<https://view-awsome-table.com/-M-A2xEiAqj10PVkj88e/view>). Mais informações podem ser obtidas no Portal do Governo de Rondônia - <http://www.rondonia.ro.gov.br/der/> .

2.3 — Potencial do Agronegócio

2.3.1 - Fertilização do solo

Em 2019 a Usina de Calcário Felix Fleuri, localizada em Pimenta Bueno recebeu novo vigor, considerando a capacidade da jazida de produção de 300 mil toneladas por ano, com previsão de produção por 280 anos de trabalho. A calagem é uma etapa do preparo do solo para o cultivo agrícola em que materiais de caráter básico são adicionados ao solo para neutralizar a sua acidez. Com a utilização do calcário, a produção do Estado pode crescer em até cinco vezes mais, proporcionando mais empregos e divisas para Rondônia, impulsionando a economia do Estado.

Além do calcário, a usina Félix Fleuri também tem jazidas de manganês, nióbio, granito e cassiterita para serem, dentro dos próximos dois anos, registradas, pesquisadas e exploradas.

2.3.2 Agropecuária

O Governo de Rondônia incentivou a iniciativa privada com estímulos fiscais e ampla indução à diversificação dos negócios. Destaque para a feira Rondônia Rural Show Internacional, em Ji-Paraná, localizada no centro-sul do Estado. Em 2019, em sua 8ª edição, recebeu mais de 120 mil pessoas, totalizando em todas as edições, cerca de R\$ 3,3 bilhões em negócios.

Na Rondônia Rural Show Internacional são organizadas plataformas de negócios que aquecem o mercado agropecuário de Rondônia, com pequenos, médios e grandes produtores rurais, envolvendo os mais diversos empreendimentos do mundo agrícola e pecuário, como também a agricultura familiar e piscicultura.

O agronegócio ganha espaço, trazendo divisas para Rondônia, incorporando-se ao meio produtivo, abrindo espaço para a cultura de grãos como a soja, que já é um dos principais produtos de exportação; incentiva a implantação, em solos pobres, de florestas plantadas, que já exportam sua produção; a recuperação de matrizes produtivas primárias, como café e cacau, que voltaram a ser destaque nacional em quantidade e qualidade.

Envolvendo o mercado estadual, pelo quinto ano consecutivo, são realizadas as Rodadas de Negócios — eventos que antecedem a realização da Rondônia Rural Show - que vêm facilitando ao produtor rural o acesso às linhas de crédito e, consequentemente, à aquisição de máquinas, insumos e equipamentos agrícolas visando à melhoria da sua propriedade e da produção.

Durante as Rodadas de Negócios, além dos expositores interessados em comercializar seus produtos e serviços, os produtores rurais contam com uma equipe de técnicos da Emater -RO que ficam à disposição para orientar e elaborar projetos. Esses projetos são apresentados às instituições financeiras que, após análise, aprovam o crédito e promovem a contratação do financiamento durante a Feira.

2.3.3 - Valorização da Mulher no Agronegócio

Apontado como um dos principais produtores de café do mundo, o Brasil aparece na lista dos países que mais cultivam e comercializam o produto, e Rondônia já desponta no *ranking* dos melhores, sendo o terceiro maior produtor de café robusta do país. O sabor incontestável foi à prova na quarta edição do Concurso de Qualidade e Sustentabilidade do Café do Estado de Rondônia (Concafé) que valoriza e aprimora a excelência da produção no Estado. Em 2019, entre todos os inscritos estavam na disputa 50 mulheres e a força feminina levou o grande prêmio no quesito qualidade de bebida, chegando ao topo como o melhor café de Rondônia, cultivado no município de Novo Horizonte do Oeste.

Os olhos do Brasil também estão voltados para o café Robusta de Rondônia e o Concafé coloca o produto do Estado na vitrine do país, pois em 2019 foram produzidas mais de 2 milhões de sacas, conforme apontam dados da Associação dos Cafeicultores da Região das Matas de Rondônia (Caferon).

O crescimento do café robusta no Estado vem ao encontro do incentivo proposto pelo Governo de Rondônia que tem direcionado as atenções para o desenvolvimento econômico projetado no Plano Estratégico, sendo um indutor do crescimento, valorizando principalmente a agricultura familiar.

2.3.4 Fortalecimento do Setor Produtivo

O governo de Rondônia, por meio da Secretaria de Estado da Agricultura (Seagri), entregou em maio de 2020 vários equipamentos e maquinários para os municípios de Ministro Andreazza, Seringueiras, Novo Horizonte, Castanheiras, Cacaulândia, Alto Paraíso, Guajará-Mirim e Nova Mamoré, com recursos provenientes do Ministério da Defesa, Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e Ministério do Desenvolvimento Social (MDS).

A aquisição dos equipamentos e maquinários agrícolas visou atender às necessidades dos produtores rurais com infraestrutura básica e condições necessárias para o desenvolvimento das atividades de agricultura familiar, disponibilizando meios para aumentar a produtividade, contribuindo assim para o fortalecimento do setor produtivo primário do estado de Rondônia, gerando emprego e o desenvolvimento econômico.

2.3.5 - Piscicultura

Nos últimos três anos, segundo dados da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (Sedam), a área total destinada à piscicultura no estado de Rondônia cresceu 8,6396, saindo dos 14.544 hectares de espelho d'água em 2016 para 15.800 em 2018.

Os empreendimentos piscicultores no Estado de Rondônia estão concentrados em duas regiões produtoras: uma na região Central e a outra no Vale do Jamari, que se caracteriza pelos piscicultores familiares, porém esta mesma região recebeu a entrada de médios e grandes empreendimentos, que adotaram novas tecnologias na produção.

O Estado possui 4.308 empreendimentos cadastrados e licenciados exclusivamente para comercialização e produção, ocupando uma área de 15.810,26 hectares de espelho d'água, com uma projeção de produção de 95.534,37 toneladas ao ano.

As exportações de peixe do estado de Rondônia tiveram início em 2017 com destino ao Vietnã, segundo os dados do Comex Stat — o sistema para consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro — do Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços (Midic). Em 2019, de janeiro a junho já foram exportados mais de 259 toneladas de peixe para o Peru, Bolívia e Estados Unidos.

2.3.6 - Rebanhos livres da vacina contra a febre aftosa

O pecuarista de Rondônia não precisa mais vacinar contra a febre aftosa, uma conquista autorizada pelo Ministério da Agricultura que abre as portas para o estado conseguir o *status* de livre de febre aftosa sem vacinação.

Rondônia faz parte do primeiro grupo de estados autorizados a retirar a vacina de aftosa. Estão juntos com Rondônia, o estado do Acre e parte dos estados do Amazonas e Mato Grosso. Santa Catarina já era zona livre sem vacinação e o estado do Paraná foi autorizado a retirar a vacina desde o ano passado.

São muitas as vantagens, pois além de eliminar o custo direto da compra da vacina, e o trabalho de manejar o gado para vacinar, há ganhos na relação com os importadores, o que também ajuda a estabilizar e melhorar os preços pagos ao produtor pela arroba do boi. Outro ponto importante é que os países compradores que pagam os melhores preços não querem comprar carne de lugares que ainda vacinam os animais contra aftosa, um bom exemplo disso são os Estados Unidos e União Europeia, mercados dispostos a pagar mais para quem oferece maior qualidade. Além disso, quando se deixa de vacinar, evita-se perdas devido a abscessos causados pela vacinação e outros riscos decorrentes do manejo dos animais.

2.3.7 - Participação do rebanho rondoniense no mercado

Além do rigor com a saúde do rebanho bovino com mais de 13 milhões de cabeças que produzem carnes e derivados para o mercado interno e externo. Todas estas ações de expansão das atividades produtivas vêm sendo desenvolvidas sem a derrubada de uma única árvore para expandir território. Exceto lógico, as ações criminosas, que o estado vem combatendo sem trégua.

Rondônia tem um rebanho total de bovinos e bubalinos de 13.972.394 cabeças, distribuídos por 5.860.878 hectares de pastagens e divididos em 97.539 propriedades. O rebanho de corte perfaz 77,1696 deste total, com 10.780.698 cabeças. Em setembro de 2019 este montante foi responsável por 61,6496 de todo o Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) do Estado.

O número de abates demonstra recorde no quantitativo de animais abatidos no período de janeiro a outubro de 2019, quando comparado com o período de 2018, no qual foram abatidas 1.984.486 cabeças, Rondônia obteve acréscimo de 7,1596 no total de abate, chegando a abater 2.109.655 em 2019, ou seja, 125.169 mil cabeças a mais que 2018. Os dados quantitativos de abate de bovinos são de responsabilidade do Serviço de Inspeção de Produto de Origem Animal (SIPAs/DFAs), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

Nos últimos anos, a pecuária rondoniense vivenciou um grande avanço, tanto em escala quanto em sustentabilidade, o que possibilitou ao estado o quinto lugar no *ranking* nacional em exportações de carne, o maior abatedor de bovinos da região Norte, a conquista de mercados internacionais e a valorização da produção agropecuária.

Rondônia exporta para mais de 42 países, sendo Egito, Hong Kong, Chile e Emirados Árabes Unidos os principais importadores, correspondendo a mais de 7596 de toda carne bovina rondoniense exportada.

2.4 - Educação

A Secretaria de Estado da Educação de Rondônia (Seduc) encerrou 2019 com diversas ações e projetos focando em resultados promissores, e no fortalecimento de uma educação de qualidade.

A Seduc organizou simulados e aulas que preparam os estudantes para as avaliações do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), onde, aproximadamente, 21 mil alunos do 9º ano do ensino fundamental fizeram o simulado específico de Português e Matemática, como o preparatório para a avaliação. E preparatório para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), com aquisições de material Revisa Enem, que atendeu 12.800 alunos dos 3º anos do ensino médio, incluindo as localidades mais distantes com os aulões itinerantes, com foco na proficiência e nos melhores resultados.

Ações como Formação Continuada para professores, técnicos e gestores de todos os segmentos e modalidades da Educação Básica: EJA, Educação Especial; Educação nas Prisões, Educação Integral, Educação Escolar Indígena, Educação no Campo por Mediação Tecnológica, Quilombolas, Secretários Escolares e Base Nacional Comum Curricular: Ensinos Fundamental e Médio, com atendimento de aproximadamente 700 gestores (diretores e vices) e 11.000 professores em todo estado, além da formação específica com professores por área de conhecimento e formação voltada para os temas transversais. E com a educação no campo por Mediação Tecnológica, a Seduc fez o atendimento de 5.600 alunos.

Os Jogos Escolares de Rondônia (Joer) mobilizam estudantes/atletas, técnicos, professores e coordenadores de escolas públicas e privadas que demonstram todo o potencial em competições de basquete, futsal, futebol, handebol, vôlei de praia, voleibol, atletismo, judô, tênis de mesa, xadrez, atletismo paralímpico, bocha adaptada, judô paralímpico e outras modalidades, com destaque para várias categorias entre masculino e feminino.

Além do Joer, o Festival Estudantil Rondoniense de Artes (Fera) também marcou o ano de 2019 com premiação e emoção entre os estudantes/artistas, professores, coordenadores, pais de alunos, além de resgatar o Projeto de Bandas e Fanfarras Escolares que atendeu 1.272 estudantes em 52 Corporações.

Criado em 2016, o Idep é uma autarquia vinculada à Secretaria Estadual de Educação de Rondônia (Seduc) e órgão gestor da política de educação profissional do Estado, que tem como objetivo principal ofertar a educação fundamentada de maneira humanista para formar cidadãos trabalhadores e conhecedores de seus direitos e deveres.

Em 2019, o Idep realizou cursos voltados para o turismo em Rondônia tais como: Qualidade no Atendimento; Condutor de Turismo de Pesca; Monitor de Turismo, que percorreram todos os municípios do Estado, alcançando as regiões mais longínquas de Rondônia. E a formação de aproximadamente 100 estudantes nos Cursos Técnicos de Agroecologia, Agronegócio e Agropecuária, realizados pelo Centro Estadual de Educação Rural (Centec-Abaitará) localizado no Município de Pimenta Bueno, onde foram realizados mais de 200 atendimentos.

Em 2020, a Seduc busca a continuidade das ações e projetos focados na excelência dos resultados. Com o Idep espera a execução de 12.224 mil matrículas de formação inicial e continuada, com estudos estratégicos para a expansão da educação profissional e tecnológica, dando sequência no plano educacional e pedagógico, de acordo com o Plano Estratégico 2020-2023.

2.5 - Plano Estratégico 2020 — 2023

Rondônia está entre os estados mais novos do Brasil, tendo sido território federal e, por fim, unidade federativa apenas na segunda metade do século XX. A sua juventude caracterizou inserções do planejamento estatal em uma realidade já constituída, com os ciclos econômicos do passado e características locais já existentes, moldando a sua concepção urbanística e econômica atual.

Para o cumprimento do Plano foi fundamental o compromisso de considerar as peculiaridades regionais com responsabilidade social e ambiental, tendo a sustentabilidade como diretriz para o protagonismo de Rondônia como modelo de desenvolvimento da Amazônia Legal.

A identificação das forças de mudança atuais foi chave na construção do planejamento estratégico, sendo alinhado com as tendências e incertezas da realidade até então existente, e estratégias dos principais atores para a concretização de uma visão de futuro o mais fidedigna possível.

A definição de prioridades reflete objetivos exequíveis, a fim de que poucos e bons legados sejam entregues, causando impacto positivo relevante para a atual e próximas gerações.

O estudo e análise de outros planejamentos existentes e em construção, o alinhamento das ações estratégicas com o Planejamento Plurianual 2020-2023 (PPA) e o Plano de Desenvolvimento Estadual Sustentável de Rondônia (PDES), foram considerados para a elaboração deste documento.

O foco está no bem-estar do cidadão, o que define que todas as batalhas que precisam ser vencidas por Rondônia foram analisadas profundamente e mapeadas as soluções a partir de indicadores e metas que impactam diretamente no resultado para o rondoniense, pois ele é o sustentáculo da estratégia e a razão de ser da administração estatal. O Plano Estratégico está disponível no Portal do Governo - <http://www.rondonia.ro.gov.br/>.

2.6 - Transparência e combate a corrupção

O Estado de Rondônia que já conseguiu de forma inédita a classificação de 10096 de transparência pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE) e alavancou o combate à corrupção com a criação de um pacote de medidas e decretos, agora alinha novos aperfeiçoamentos anticorrupção e no cumprimento das metas estabelecidas no Plano Estratégico, em busca de um Estado limpo e sem corrupção.

O combate à corrupção é uma das prioridades máximas do Governo de Rondônia e também fortalece uma das grandes preocupações em garantir que o recurso público seja, de fato, destinado às demandas da população como nos eixos da saúde, educação e na recuperação de estradas, e assim como outras iniciativas que compõem o Plano Estratégico.

2.7 - Saúde

O Sistema Único de Saúde (SUS) é um dos maiores e mais complexos sistemas de saúde pública do mundo, abrangendo desde o simples atendimento para avaliação da pressão arterial, por meio da atenção primária, até o transplante de órgãos, garantindo acesso integral, universal e gratuito para toda a população do país. Com a sua criação, o SUS proporcionou o acesso universal ao sistema público de saúde, sem discriminação. A atenção integral à saúde, e não somente aos cuidados assistenciais, passou a ser um direito de todos os brasileiros, desde a gestação e por toda a vida, com foco na saúde com qualidade de vida, visando à prevenção e à promoção da saúde.

A gestão das ações e dos serviços de saúde deve ser solidária e participativa entre os três entes da Federação: a União, os Estados e os municípios. A rede que compõe o SUS é ampla e abrange tanto ações quanto os serviços de saúde. Engloba a atenção primária, média e alta complexidades, os serviços urgência e emergência, a atenção hospitalar, as ações e serviços das vigilâncias epidemiológica, sanitária e ambiental e assistência farmacêutica.

A União planeja e fiscaliza o SUS em todo o país, bem como coordena os sistemas de saúde de alta complexidade. Ao Estado recai a criação de políticas de saúde próprias, que auxiliam na execução das políticas nacionais, o repasse de verbas aos municípios e a coordenação da rede de laboratórios, hemocentros, definição de hospitais de referência e locais de atendimentos complexos da região. Aos Municípios cabe ofertar os serviços de atenção primária e os demais serviços de saúde da cidade, mesmo quando mais complexos.

Assim o SUS é composto por serviços ofertados de forma regionalizada e integrada, que abrange todo o território nacional. Estes serviços podem ser segmentados em atenção primária, secundária e especializada, vigilância em saúde, além de gestão e do suprimento de medicamentos e de insumos. De maneira geral, a atenção primária e a vigilância possuem como principal objetivo a promoção à saúde e a prevenção de doenças, enquanto a atenção especializada visa ao atendimento de pacientes enfermos.

Os grandes legados pretendidos pela administração para este eixo temático estão relacionados à implantação do complexo regulatório hospitalar e a ampliação da cobertura assistencial da rede de atenção à saúde.

Atualmente a gestão do sistema de saúde pública possui sete regiões de saúde, de acordo com a respectiva territorialização:

Madeira-Mamoré;
Central;
Vale do Jamari;
Café;
Cone Sul;
Zona da Mata; e
Vale do Guaporé.

São 936 estabelecimentos públicos que compõem a rede SUS de atenção à saúde em Rondônia, representada por unidades básicas de saúde, hospitais, policlínicas, unidades ambulatoriais, entre outros.

Figuram como desafios para o eixo:

A promoção da saúde para a sociedade, com a prevenção e o diagnóstico precoce de doenças ainda na etapa da saúde primária;
A ampliação da cobertura da rede materno-infantil para a redução da mortalidade de mulheres em idade fértil e de crianças até 01 ano de idade;
Filas reguladas para o acesso da população aos serviços de saúde na hora certa e no local certo, de modo que a cobertura e as especialidades consigam suprir a demanda da sociedade.

O Governo de Rondônia, por meio da Secretaria Estadual de Saúde (Sesau), vem realizando desde 2019 o projeto "Enxerga Rondônia", cuja proposta é de encerrar a fila de inscritos para realização de cirurgias de catarata, que totaliza cerca de 14 mil pacientes, onde constava pessoas esperando há mais de três anos.

Também foi lançado o mutirão de cirurgias ortopédicas gerais com o objetivo de zerar a fila de espera por esse procedimento no Hospital Regional de Cacoal, com a realização de mais de 100 cirurgias. Os pacientes são provenientes de 34 municípios das regiões do Café, Central, Sul, Zona da Mata, e Vale do Guaporé. Essas cidades fazem parte da II Macrorregião de Saúde de Rondônia, que abriga mais de 800 mil habitantes.

Visando a construção do novo Hospital de Emergência e Urgência de Rondônia (Heuro), o governo do Estado realizou, em março de 2020, audiência pública com objetivo de assegurar a participação da comunidade no processo de construção na nova unidade hospitalar que irá substituir o pronto-socorro João Paulo II, em Porto Velho.

O projeto do Heuro prevê uma estrutura moderna com 400 leitos, um centro cirúrgico com oito salas e 50 leitos de Unidade de Tratamento Intensivo (UTI), incluindo Hemodinâmica. O Estado de Rondônia será pioneiro na construção de obra pública através do modelo de construção inovador chamado *Built to Suit* (BTS), que em português significa construir para servir. E isso só será possível devido à aprovação, pela assembleia legislativa, da lei complementar nº 1.051, de 12 de dezembro de 2019, que disciplina a utilização deste modelo.

Desde os primeiros dias de março de 2020, quando surgiu o primeiro caso suspeito de coronavírus no Estado, o Governo de Rondônia vem adotando medidas de prevenção e orientação à população. A partir de 14 de março, com o objetivo de informar a população, combater publicações não oficiais (*fake news*) e tranquilizar os moradores acerca das ações implementadas pelos órgãos estaduais de saúde para o enfrentamento ao Coronavírus (Covid-19), divulga os casos notificados em Rondônia por meio de Boletim Diário, por meio da Agência Estadual de Vigilância em Saúde de Rondônia (Agevisa) e a Secretaria de Estado da Saúde (Sesau).

Em 16 de março de 2020, o governador de Rondônia, assinou o decreto número 24.871 que estabelece situação de emergência, pelo período de 180 dias, no âmbito da saúde pública do Estado, dispondo sobre medidas temporárias de prevenção ao contágio e enfrentamento da pandemia que afeta o mundo, causada pelo coronavírus (Covid-19).

Como parte do cumprimento do Plano Estratégico 2020-2023, ainda no mês de março, houve o início das obras de reforma e ampliação do Centro de Medicina Tropical de Rondônia (Cemetron), e oportunamente entre as ações de combate ao coronavírus para suporte à vida, foram disponibilizados também ao Cemetron, 44 equipamentos entre ventiladores pulmonares mecânicos, cardioversores, monitores e leitos de UTI (Unidade de Terapia Intensiva).

Na luta contra o coronavírus, o Governo de Rondônia, no início do mês de maio, deu mais um passo importante para garantir atendimento à população adquirindo o Hospital e Maternidade Regina Pacis, em Porto Velho, da rede de saúde privada, que será usado como hospital de campanha, para o atendimento exclusivo a pacientes da Covid-19.

Com a compra do novo hospital, o Estado ampliou a rede em mais 80 leitos clínicos exclusivos para pacientes da Covid-19. Estão disponíveis 32 leitos para pacientes e outros 48 sob reforma com prazo de entrega em 15 dias. Posteriormente, mais 60 leitos estarão disponíveis, chegando ao total de 140 leitos clínicos, que serão ocupados por pacientes em quadros leves, que não necessitem de internação em UTI.

A Sesau também contratou 20 leitos clínicos adultos do Hospital Santa Marcelina para atender pacientes diagnosticados com o novo coronavírus. O contrato teve prazo de 90 dias, período em que o hospital forneceu todos os serviços de internação para os pacientes atendidos pela rede estadual de saúde diagnosticados com Covid-19. Por meio de recursos oriundos da Assembleia Legislativa de Rondônia (ALE), o Governo de Rondônia firmou convênio com o Hospital de Amor da Amazônia, em Porto Velho, para contar com mais 61 leitos para atender pacientes com Covid-19 no Estado.

A pandemia do coronavírus levou o Governo do Estado de Rondônia, por meio da Secretaria de Estado da Saúde, a apresentar o "Plano Todos por Rondônia". Elaborado pelo Grupo de Trabalho Técnico Científico do Governo do Estado, com a colaboração da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP) aos investidores para avaliação de interesse, antes da abertura do processo de licitação. O projeto do Heuro prevê uma estrutura moderna com 399 leitos, um centro cirúrgico com 10 salas, sendo uma hemodinâmica e 64 leitos de Unidade de Tratamento Intensivo (UTI), incluindo hemodinâmica. A construção da nova unidade hospitalar irá substituir o Pronto-Socorro João Paulo II, em Porto Velho. A expectativa é que a obra seja concluída em até dois anos.

2.8 - Pandemia Covid19 — Coronavírus

O coronavírus tem provocado abalos nos mercados globais e paralisado atividades econômicas no mundo todo, com impactos nas cadeias globais de suprimentos e no comércio global.

Para tentar conter a pandemia do novo coronavírus, boa parte da população mundial foi submetida a medidas de isolamento social, incluindo países de todos os continentes. Assim como no Brasil, em Rondônia, medidas de restrições de circulação de pessoas começaram com a suspensão de aulas e, gradativamente foram sendo ampliadas, com a determinação também de fechamento do comércio e serviços, e com fábricas sendo obrigadas a interromper a produção ou a dar férias coletivas, conforme Decreto nº 24.887, de 20 de março de 2020, sendo atualizado por meio de outros decretos.

A pandemia de covid-19 liquidou as esperanças dos brasileiros de uma recuperação rápida da economia, impondo também ao Estado de Rondônia desaceleração de seu crescimento econômico. O cenário nos leva a uma retração das atividades econômicas, com consequente perda de postos de trabalho e a subtração de vidas humanas, produzindo consequências nas mais diversas dimensões. Como exemplos, as relações de trabalho ou o uso mais intenso das novas tecnologias. Surge a necessidade da criação de um sistema robusto de planejamento em saúde pública que seja capaz de se integrar, para prevenir epidemias que afligem o globo. A priorização da saúde é, portanto, uma decisão política que deverá ser observada por todos.

Temos então, a necessidade de uma gestão pública que se resguarde com segurança no atendimento de qualidade ao cidadão, desde a promoção de instalações de equipamentos para tratar os infectados e doentes, como o fortalecimento de instituições capazes de identificar com rapidez as características dos vírus, além da criação de novas regras sanitárias.

A lição a ser aprendida é a necessidade de construção de um amplo sistema de informações, inclusive com dados da população mais vulnerável e suscetível a choques exógenos, além do conhecimento de epidemias e surtos vindos do exterior e a construção de um orçamento utilizando critérios técnicos que permita olhar para a frente com mais precisão. Ou seja, trata-se do

fortalecimento da inteligência pública, para que possa auxiliar nas tomadas de decisões com maior retorno e menor custo social possível.

Estas escolhas precisam ser desenhadas, em alinhamento com a sociedade, com amplo sistema de comunicação para dar legitimidade à execução das despesas realizadas.

2.8.1 - Plano Estadual de Contingência ao Coronavírus

Diante da Emergência em Saúde Pública declarada pela Organização Mundial da Saúde — OMS na data de 30 de janeiro do ano corrente, por doença respiratória causada pelo agente novo coronavírus (COVID-2019), conforme casos detectados na China e atualmente em diversos países como pode ser acompanhado no link <https://saude.gov.br/saude-de-a-z/listacorona>, Considerando as recomendações da OMS, a Secretaria Estadual da Saúde de Rondônia e a Agência Estadual de Vigilância em Saúde de Rondônia - AGEVISA/RO definiu a ativação do Comitê Estadual de Enfrentamento ao Coronavírus (COVID-2019) de Rondônia — CEEC/RO.

Este documento apresenta o Plano de Contingência Estadual para Infecção Humana do Coronavírus (COVID-2019 - <http://www.rondonia.ro.gov.br/covid-19/institucional/plano-estadual-de-contingencia/>), o qual está em consonância com o Plano de Contingência Nacional que, em caso de surto, define o nível de resposta e a estrutura de comando correspondente a ser configurada em cada esfera e nível de complexidade.

2.8.2 - Transparência Gastos Covid19

Para o enfrentamento da Pandemia provocada pelo Covid19, o Governo de Rondônia por meio da Sesau, disponibilizou para o cidadão rondoniense o Portal da Transparência (<http://www.transparencia.ro.gov.br/Home/CovidCombate>), onde divulga gastos Estaduais específicos para combate ao novo coronavírus, conforme art. 5º da Portaria nº 63/20/CGE-GAB. Neste portal podem ser acessadas diariamente informações das contratações diretas sem licitação, quando estas ocorrerem, em razão da emergência e/ou calamidade pública motivadas pelo novo coronavírus e acompanhamento dos chamamentos públicos. Rondônia tem figurado entre os estados mais transparentes na prestação de contas dos gastos públicos.

Links úteis:

<https://prezi.com/view/uiL31ROGHwy4ciqet9e5/>

<http://covid19.sesau.ro.gov.br/>

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - PROBLEMA ESPECÍFICO

Diante da expansão econômica, expande também os desafios da comunicação do Governo, que se revela por um estilo de governança que transcende sua função de comandar o Executivo, assumindo o papel de indutor do crescimento sustentável, com a missão de inspirar os rondonienses a fazerem do nosso estado um lugar melhor, enfrentando o desafio de promover o menor impacto possível na economia e na qualidade de vida dos cidadãos no decorrer da pandemia do covid19 e as incertezas do que vem depois.

Frete às adversidades que se configuram no cenário nacional e no contexto estadual, precisamos preparar os rondonienses, especialmente os do setor produtivo. Para tanto, o Governo de Rondônia, em setembro de 2019, apresentou ao Estado o Plano Estratégico 2020-2023, que reúne ações para os próximos quatro anos. Trata-se de uma ferramenta de governo que contempla planejamento, monitoramento e avaliação da gestão no período, e foi elaborado a partir das contribuições técnicas da própria sociedade rondoniense. A iniciativa estabelece metas anuais e objetivos para cada área de gestão, de forma transparente e eficiente.

O Plano Estratégico foi formulado a partir de sete eixos temáticos, sendo eles: gestão e estratégia, saúde, segurança, educação, cidadania, desenvolvimento econômico e meio ambiente e desenvolvimento territorial. Para cada um deles foram definidas grandes batalhas, resultados-chave e iniciativas.

As medidas elaboradas farão do Plano Estratégico uma referência nacional de enfrentamento à corrupção, garantindo o equilíbrio das contas públicas, aumentando a eficiência e a qualidade da prestação do serviço público com o uso da tecnologia.

No atual cenário econômico/social, o planejamento foi desvirtuado pela pandemia do coronavírus, tornando o compromisso firmado com o povo de Rondônia ainda mais desafiador, por isto, a principal arma será a inovação para transformar o resultado em algo melhor. A inovação da gestão pública ganhará ainda mais espaço com a oportunidade de impulsionar políticas capazes de dar respostas em meio a tantas incertezas.

Vemos que o planejamento de longo prazo não se trata de decisões tomadas no futuro, mas dos efeitos futuros de decisões tomadas no presente.

Frete à pandemia o então o ministro da Saúde, Nelson Teich, foi assertivo ao dizer que o ministério atuará em três frentes: entender melhor a doença e sua evolução; preparar a infraestrutura de atendimento hospitalar e desenhar um programa de saída progressiva e estruturada do distanciamento social.

Assim, para o desenvolvimento do Estado, o foco será principalmente nos eixos: **Saúde e Economia e a Infraestrutura para promover o crescimento econômico do Estado de Rondônia.**

A Comunicação do Governo espera, portanto, uma campanha capaz de mostrar que hoje, temos um Estado que investe maciçamente na busca por melhores indicadores de qualidade de vida e de aperfeiçoamento dos setores produtivos, pois para o enfrentamento da pandemia, tem buscado ampliar o atendimento médico hospitalar, aumentando o número de leitos e equipando suas unidades de saúde para preservar vidas que sofrem com a disseminação da pandemia. Assim como mostrar os critérios de isolamento necessários para a não proliferação do coronavírus, que fatalmente colocam a economia em recessão pelo fechamento de locais da cadeia produtiva do Estado e, à medida que haja controle da pandemia, a abertura dos fatores de produção ocorrerá gradativamente.

Como Rondônia é um Estado potencialmente agropecuário, a atuação da infraestrutura na manutenção de vias de escoamento de produção e acesso aos diversos rincões das localidades existentes é foco também do planejamento de curto, médio e longo prazo, assim como também para acesso às escolas rurais. Com isso, viabilizando divisas entre municípios, outros estados ou outros países para atender ao mercado interno ou externo por meio de exportações.

Hoje o Estado tem mais espaço para crescer porque tem planejamento. Tem um governo que sabe que investir na produção é investir em geração de emprego, na melhoria da renda e na qualidade de vida das pessoas/dos cidadãos.

Para desenvolver a proposta de campanha publicitária, as licitantes deverão levar em conta, na contextualização do cenário, os seguintes elementos:

- A ação do governo na saúde, através de suas políticas públicas, na transformação na vida das pessoas;
- O Plano de Ação Todos por Rondônia (<https://prezi.com/view/uiL31ROGHwy4ciqet9e5/>);
- As ações de infraestrutura para a força do agronegócio na economia do Estado — campo e cidade.

A proposta de campanha publicitária, portanto, deve conter as estratégias distintas para aplicação em cada uma das fases do "Plano de Ação Todos por Rondônia", contemplando as ações previstas na capilaridade do Estado e sua estruturação ao desentrelhe e facilitação ao retorno das atividades econômicas.

Importante valorizar as ações de Governo em buscar o melhor para o cidadão por meio de seus programas de infraestrutura, da responsabilidade social e o incentivo aos prestadores de serviços e demais profissionais liberais, produtores, indústrias e comércios para atendimento às demandas de mercado. Da mesma forma, apresentar as ações de prevenção para a saúde da população e os investimentos que estão sendo realizados para a qualidade de vida dos rondonienses. É preciso salientar na mensagem publicitária que todos ganham, porque de modo geral, estes programas valorizam a vida e dinamizam a economia.

4. A TAREFA DAS LICITANTES

4.1 Elaborar plano de comunicação que:

Proponha a adoção de um partido temático e, principalmente, uma estratégia de comunicação publicitária capaz de solucionar os desafios e o problema específico de comunicação e que funcione como uma linha condutora de todas as ações de comunicação do Poder Executivo Estadual;

Apresente uma campanha publicitária completa para divulgar a importância das ações de valorização à vida e estímulo ao setor produtivo pelos investimentos em infraestrutura.

4.2 A TAREFA DA AGÊNCIA

Espera-se que a comunicação seja capaz de:

Mostrar que as ações do Governo do governo promovem a valorização da vida dos rondonienses e fomentam a economia;
Evidenciar as vantagens para a sociedade das ações e dos programas que visam estimular a competitividade sobre os setores produtivos do Estado;
Criar credibilidade junto à sociedade e aos segmentos e organismos diretamente relacionados ao setor produtivo e de saúde de Rondônia;
Apresentar as ações e subsídios do governo para as atividades econômicas que precisam simultaneamente beneficiar a saúde e economia do Estado;
Apresentar a realização de obras de infraestrutura para dar mobilidade à economia do estado na valorização do agronegócio e agricultura familiar;
Valorizar as ações potenciais na indústria e comercialização como mecanismos de integração, geração de emprego e renda.

5. PÚBLICO ALVO

Sociedade geral, sem distinção de faixa etária, gênero e/ou classe social, prioritariamente a comunicação deve alcançar os produtores rurais e o setor produtivo como um todo.

6. PRAÇAS

Estadual, onde ficará a critério da licitante a definição das praças e regiões do estado de Rondônia a serem considerados na simulação de mídia.

7. PERÍODO

Sugere-se que a licitante informe o período que julgar mais propício para a execução da campanha, justificando conforme necessário, limitando-se no máximo a 3 meses de duração da campanha. Esta informação deverá constar do contexto da estratégia de comunicação, com base no investimento disponível.

Período apropriado para a campanha publicitária, sazonalidade dos serviços prestados, se houver.

8. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No Cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata o item **14.5.3 do Termo de Referência**, a licitante utilizará como referencial a verba de **R\$ 2.000.000,00*** (dois milhões de reais).

** Tal verba serve como referência somente exemplificativa, considerando que o Briefing traz apenas um desafio publicitário proposto, excluindo-se da problemática e objetivos **totais** da Administração, a ser utilizada para fins de pontuação técnica. O Plano de Comunicação final compreendendo a total problemática e desafios da Administração (com as metas gerais do Planejamento Estratégico constante do Anexo II) será elaborado pela Contratada na execução contratual, sujeitando-se à aprovação da Administração e ainda a ajustes necessários no decorrer da execução.*

9. PESQUISA E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Anexo II — **Planejamento Estratégico de Comunicação** (AÇÕES PRIORITÁRIAS DO EXECUTIVO ESTADUAL - [0013959987](https://www.rondonia.ro.gov.br/portal/0013959987))
- Portal na internet do Governo do Estado de Rondônia (<http://www.rondonia.ro.gov.br/>)
- Plano Estratégico 2020-2023 (<http://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2019/09/Book-Rondonia-V12.pdf>)
- Manual de aplicação de Marca do Executivo Estadual (<http://www.rondonia.ro.gov.br/portal/manual-de-marca/>)
- Plano Todos por Rondônia (<https://prezi.com/view/uJl31ROGHwy4cjget9e5/>)

10. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

O Governo do Estado de Rondônia conta com dois postos avançados de atendimento ao Cidadão, o Tudo Aqui em Ji-Paraná e Porto Velho, mantém diversos canais de comunicação com o cidadão, entre eles a sua ouvidoria pelo 08006477071, na internet através do seu portal <http://www.rondonia.ro.gov.br/>, e em suas redes sociais, Twitter: [@GovernoRO](https://twitter.com/GovernoRO), canal no YouTube: <https://www.youtube.com/user/GovernoRO>; Facebook: <https://www.facebook.com/governoderondonia/>; LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/governorondonia>; Instagram: <https://instagram.com/governoro>.

11. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

A contratação de uma agência de publicidade tem como objeto atender as demandas de comunicação das ações de Governo com investimentos regulares em mídia de massa, nas produções de materiais eletrônicos e eventualmente impressos, dos serviços de criação publicitária e dos materiais de não mídia destinados à comunicação direta com os cidadãos, incluindo as pesquisas de orientação publicitárias entre outros materiais de orientação permanente ao cidadão como, folhetos, cartilhas, manuais, etc.

Desde o exercício de 2016, desdobramos o planejamento de comunicação, previsto no projeto básico originário do contrato em referência, para contemplar os diversos programas e planos do governo. Regularmente, o Governo realiza campanhas publicitárias sobre os mais diversos temas de ordem institucional e de utilidade pública, entre eles podemos destacar as campanhas institucionais com o produto de comunicação denominado "Rondônia é Notícia", substituído pelo RO Hoje e Rondônia Rural Show, além dos investimentos destinados à publicidade de Utilidade Pública no combate e prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, uso de drogas e álcool no período de carnaval. Importante destacar, que por um posicionamento de governo, atendendo ao princípio da impessoalidade, a gestão atual não utilizar marca, nem slogan personalizado. Sua marca oficial com o uso do brasão oficial do estado, encontra-se disponível no portal do estado na internet: <http://www.rondonia.ro.gov.br/portal/manual-de-marca/>.

Habitualmente são utilizadas as mídias de massa, rádio, TV, de maneira mais segmentada além de publicações em portais de notícias na internet e fortemente em mídias digitais. As principais campanhas desenvolvidas pelo governo podem se encontradas em seus canais na internet:

Portal do Governo de Rondônia: <http://www.rondonia.ro.gov.br>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/GovernoRO>

Facebook: <https://www.facebook.com/governoderondonia/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/governorondonia>

Instagram: <https://instagram.com/governoro>.

Elaborado por:

CAROLINE MORAES CARDOSO

Coordenadora de Estratégia, Publicidade e Promoção - SECOM

Revisado por :

LENILSON DE SOUSA GUEDES

Superintendente Estadual de Comunicação - SECOM



Documento assinado eletronicamente por **LENILSON DE SOUSA GUEDES, Superintendente**, em 07/10/2020, às 15:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no artigo 18 caput e seus 44 1º e 2º, do [Decreto nº 21.794, de 5 Abril de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINE MORAES CARDOSO, Coordenadora**, em 07/10/2020, às 18:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no artigo 18 caput e seus 44 1º e 2º, do [Decreto nº 21.794, de 5 Abril de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [portal do SEI](#), informando o código verificador **0013958362** e o código CRC **2ACDS845**.

Referência: Caso responda este(a) Adendo, indicar expressamente o Processo nº 0042.244886/2020-67

SEI nº 0013958362

Criado por [58542540263](#), versão 11 por [58542540263](#) em 07/10/2020 12:44:24.



Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM

ADENDO

ANEXO II

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

AÇÕES PRIORITÁRIAS DO EXECUTIVO ESTADUAL

Diante dos desafios que se configuram no cenário nacional e no contexto estadual precisamos, cada vez mais, municiar os rondonienses com as realizações conquistadas nos últimos anos. Hoje temos um Estado que investe maciçamente na busca por melhores indicadores de qualidade de vida e de aperfeiçoamento dos setores produtivos. Diferentemente do restante do país, Rondônia apresenta indicadores ascendentes em todas as áreas da administração pública.

Planejar e criar campanhas institucionais e de utilidade pública que tenham a capacidade de levar até os rondonienses os novos desafios de governo, a criação de produtos próprios de comunicação e de relacionamento pautado pela prestação de serviços. É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações de governo e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação do governo cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

Embora sinta e sofra as consequências do ambiente recessivo que afeta o Brasil, surpreendido no início do ano de 2020 pela Pandemia do novo coronavírus, que paralisa o crescimento econômico, afeta cadeias de suprimentos, fecha fronteiras, derruba bolsas, cancela eventos, limitando a economia do Estado. Quando há recessão, cai a arrecadação de impostos e o governo se vê obrigado a aumentar seus gastos para mitigar os efeitos do desemprego elevado. Já quando a economia cresce, aumenta-se a arrecadação enquanto caem os gastos do governo que precisa se preocupar menos com o desemprego.

A comunicação por meio da publicidade ganha emblematicamente missão ainda mais desafiadora, pelo enfrentamento a pandemia do novo coronavírus, entre o isolamento social e a economia do Estado. Em essência, para o administrador público, fica a difícil decisão, se os impactos econômicos do isolamento são maiores do que os seus benefícios em termos de saúde pública, cabendo à comunicação dar ação ao Princípio da Publicidade, nos conceitos de publicidade institucional e pública.

No terceiro trimestre de 2019 o Governo de Rondônia lançou o Plano Estratégico 2020-2023 voltado para o desenvolvimento em eixos estratégicos com objetivos exequíveis, identificando os caminhos a serem percorridos para tornar o Estado ainda mais promissor. Para o planejamento estratégico foi fundamental o compromisso de considerar as peculiaridades regionais com foco no bem estar dos rondonienses.

Mas mesmo considerando as piores adversidades que podiam remar contra o atingimento das metas, não houve como prever o pior dos cenários: a pandemia do covid19. Mas Rondônia não pode parar. O foco passa a ser a Saúde Pública e a difícil tarefa de dar asas para que o desenvolvimento produtivo do estado continue alçando os voos necessários. Para tanto, foi lançado o "*Plano de Ação Todos por Rondônia*" (<https://prezi.com/view/uiL31ROGHwv4cjget9e5/>), em que à medida que isolamento social e a abertura dos segmentos de comércio, indústria e serviços andem em harmonia, a infraestrutura que dá vazão aos canais do agronegócio e da agricultura familiar também não parem.

As ações prioritárias do Governo estão sendo voltadas principalmente para os eixos saúde, economia e infraestrutura.

1. ELABORAÇÃO DOS PLANOS DE COMUNICAÇÃO

1.1 DE MODO GERAL OS PLANOS DE COMUNICAÇÃO, PARA CADA AÇÃO PRETENDIDA, DEVEM PREVER EM SUA COMPOSIÇÃO FINAL AS SEGUINTE DIRETRIZES:

Propor adoção de um partido temático e, principalmente, uma estratégia de comunicação publicitária capaz de solucionar o problema geral e o problema específico e que funcione como uma linha condutora das ações das quatro fases do "Plano de Ação Todos por Rondônia" e as ações de infraestrutura para o desenvolvimento dos fatores de produção da economia do Estado.

As campanhas publicitárias e/ou peças publicitárias avulsas a serem produzidas devem sempre ser definidas, considerando sua orientação, a finalidade e descrição da publicidade institucional e/ou de utilidade pública, com o intuito de divulgar e orientar a população e/ou parcela dela, a respeito dos serviços disponibilizados e definidos a partir de cada problema específico de comunicação definido por eixos, para as fases especificadas.

1.1.1 PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

FINALIDADE E DESCRIÇÃO DA AÇÃO: propiciar o atendimento ao princípio constitucional da publicidade, mediante o acesso da população a informação sobre ações que permeiam o desenvolvimento econômico do Estado.

A Comunicação do Poder Executivo Estadual compreende a formulação e implementação da política de comunicação e divulgação social do Governo, mediante a implantação de programas informativos e o desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública, através da realização de ações de publicidade.

1.1.2 PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

FINALIDADE E DESCRIÇÃO DA AÇÃO: Propiciar o atendimento ao princípio constitucional da publicidade, mediante ações que visam informar, esclarecer, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais, com o fim de melhorar a sua qualidade de vida.

A ação se desenvolverá por meio de divulgação de conteúdos vinculados a objetivos sociais de interesse público, que assumam caráter educativo, informativo, de mobilização ou de orientação social, ou ainda que contenha uma orientação à população que a habilite ao usufruto de bens ou serviços públicos e que expresse, com objetividade e clareza, mediante a utilização de linguagem de fácil entendimento para o cidadão.

2. PRINCIPAIS CAMPANHAS PARA O PLANO DE COMUNICAÇÃO FINAL

2.1 PROBLEMA ESPECÍFICO DAS AÇÕES DE INFRAESTRUTURA

O problema de comunicação está em informar a população sobre as ações de Governo que visam garantir o pleno funcionamento das vias rondoniense com segurança em meio ou após a pandemia do coronavírus, para atender aos anseios que a sociedade reclama e merece.

Espera-se que a comunicação seja capaz de:

Mostrar que as ações de todas essas iniciativas são essenciais para o serviço público;

Evidenciar as vantagens para a sociedade das ações e da eficiência dessas medidas;

Apresentar as ações de toda essa modernização como mecanismos da economicidade, celeridade e eficácia das obras públicas.

PÚBLICOS PRIORITÁRIOS

As ações de comunicação devem alcançar toda a sociedade respeitando os rincões e os meios de comunicação regionais, mas também são necessárias iniciativas específicas para atingir o público interno.

PLANO DE MÍDIA

Devem ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada.

PERÍODO DA CAMPANHA

Considerar até três meses de campanha, contemplando a simulação de ocorrência das fases existentes no "Plano de Ação Todos por Rondônia".

PRAÇAS

Todo o Estado de Rondônia

2.2 PROBLEMA ESPECÍFICO DA SAÚDE

O Acesso dos Serviços de Saúde é sem dúvida uma das grandes bandeiras do Governo de Rondônia, uma permanente prioridade, tendo se tornado ainda mais desafiador pela pandemia do novo coronavírus. Já foram muitos os avanços: a estruturação de hospitais estratégicos como o Hospital do Câncer e o Cosme e Damião na capital, a ampliação dos serviços do Hospital de Base, início da reforma do Cemeteron, aquisição do Hospital Regina Pacis, a contratação de leitos em hospitais particulares, entre outras medidas.

Desde o surgimento do primeiro caso suspeito de coronavírus no Estado, o Governo de Rondônia vem adotando medidas de prevenção e orientação a população e imediatamente, informando e combatendo publicações não oficiais e falsas que em nada colaboram com a seriedade requerida.

Dando a devida valorização e reconhecimento aos profissionais de saúde e apoio, espera-se que a comunicação, nas mais diversas áreas, seja capaz de:

Gerar credibilidade junto à sociedade e aos segmentos sociais diretamente relacionados a área da saúde;

Apresentar as ações na área da saúde e suas atividades transversais como mecanismos capazes de atender a sociedade com o fim de melhorar a sua qualidade de vida;

Evidenciar as vantagens para a sociedade das ações e projetos de ampliação da rede hospitalar e fundamentalmente da regionalização da saúde;

Mobilizar a sociedade ou segmento da população, de modo a orientá-los ou até mesmo alertá-los sobre eventuais epidemias, assumindo assim o caráter educativo e/ou informativo da comunicação;

PÚBLICOS PRIORITÁRIOS

As ações devem alcançar toda a sociedade, respeitando os rincões e os meios de comunicação regionais, bem como o público interno.

PLANO DE MÍDIA

Devem ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada.

PRAZO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA

Considerar até três meses de campanha, contemplando a simulação de ocorrência das fases existentes no "Plano de Ação Todos por Rondônia".

PRAÇAS

Todo o Estado de Rondônia

3. UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO POR MEIO/VEÍCULOS

Cada campanha tem características próprias, dependendo do problema específico de comunicação por ela demandada. As ações de comunicação de Governo se dirigem de modo UNIVERSAL a população como um todo e invariavelmente de abrangência estadual. Por isso a previsão é da utilização dos meios de cobertura absoluta e outros que possam complementar os esforços publicitários garantindo assim que seus diversos públicos pretendidos em cada um dos projetos de comunicação sejam atingidos. Como exemplo, da utilização e das formas utilizadas para a veiculação das mensagens propostas por cada campanha, segue abaixo a segmentação por meio e veículo:

TELEVISÃO

Televisão aberta, TV por assinatura

RÁDIO

Rádio FM, RÁDIO AM, RÁDIO ESTADO

MÍDIA DIGITAL

Portais de notícias e informações;

Mídia programática;

Search/navegação;

Redes sociais;

E-mail,•

Multimídia;

Widgets,•

Blogs,•

Instant messengers,•

E-commerce etc.

MÍDIA OUT-OF-HOME/MÍDIA EXTENSIVA

Academias

Monitores LCD (com conteúdo e publicidade)

Cinemas

Cartaz/luminosos;

Display de chão da sala de espera;

Monitores LCD com conteúdo e publicidade;

Telão com exibição de mensagens.

Elevadores

Cartaz/luminosos;

Monitores LCD com conteúdo e publicidade;

Estradas

Painel fixo

Ônibus

Adesivos no exterior e interior de coletivos;

Monitores LCD com conteúdo e publicidade;

Terminal rodoviário — painéis de circuito fechado de televisão;

Ruas e Avenidas

Outdoor (ruas/avenidas nas cidades, rodovias em entrada de cidades);

Abrigo para ponto de ônibus (painéis luminosos, frontal e lateral);

Backlight/*frontlight* — painéis de diversos formatos;

Cartazes rebocados por carro;

Coletor de papel — lixeiras;

Display ecológico — protetor para árvores;

Empena — painel gigante na parede de prédios em pintura ou tela vinílica;

Grades de proteção para pedestre;

Orientador/sinalizador de rua e avenidas;

Painel com relógio e temperatura;

Painel eletrônico;

Painel luminoso em topo de prédio.

Taxidoor (exterior de táxis)

Shopping Centers

Estacionamento — sinalização interna;

Monitores LCD com conteúdo e publicidade;

Portas de entrada e saída, elevadores.

NÃO MÍDIA

Deve-se prever peças de comunicação de não-mídia (programação visual / produção gráfica / eletrônica), que deverão ser utilizadas para completar as ações de comunicação:

Produção gráfica:

Calendário de parede;

Capa de caderno/catálogo;

Cartão de Natal/visita/postal;

Cartaz/cartazete;

Cartilhas;

Convites;

Folhetos;

Folders,

Mala Direta,

House organ etc.

Produção visual:

Adesivos;

Bandeiraola;

Banners;

Embalagem;

Display de loja;

Móvil; camisetas;
Layout de frota;
Programação visual completa (logomarcas e papelaria — marcas de produtos e serviços);
Sacos;
Selos comemorativos etc.

Produção eletrônica

Filmes para TV;
Spot e programetes de rádio;
Audiovisuais e documentários;
Vinhetas/assinaturas.

4. OS ESFORÇOS ANTERIORES E SEUS INVESTIMENTOS NA VEICULAÇÃO E PRODUÇÃO

A contratação de serviços de publicidade tem como objeto atender as demandas de comunicação frente às Ações de Governo com investimentos regulares em mídia de massa e segmentada, nas produções de materiais impressos e eletrônicos, dos serviços de criação publicitária e dos materiais de não mídia destinados à comunicação direta com os cidadãos, incluindo as pesquisas de orientação publicitárias, hábitos de consumo de mídia, entre outros materiais de orientação permanente ao cidadão como, folhetos, cartilhas, manuais, etc. Desde o exercício de 2011, desdobramos o planejamento de comunicação para contemplar os diversos programas e planos do governo.

Regularmente, o Governo realiza campanhas publicitárias sobre os mais diversos temas de ordem institucional e de utilidade pública, entre eles podemos destacar as campanhas institucionais com o produto de comunicação denominado "Governo que faz" e Rondônia Rural Show, além dos investimentos destinados a publicidade de Utilidade Pública no combate e prevenção e combate ao Aedes Aegypti e a Leptospirose, muito frequentes durante o período chuvoso, Doação de Sangue, Campanha de Prevenção às Queimadas entre outros. É importante destacar, que por um posicionamento de governo, atendendo ao princípio da impessoalidade, sua gestão atual não utiliza marca, nem slogan personalizado. Sua marca oficial com o uso do brasão oficial do estado, encontra-se disponível no portal do estado na internet: <http://www.rondonia.ro.gov.br/portal/manual-de-marca/>

Habitualmente e regularmente são utilizadas as mídias de massa - rádio, TV, *out of home* além de publicações em portais de notícias e mídias sociais na internet.

As propostas de ações de Publicidade serão submetidas à aprovação da Superintendência de Comunicação do Executivo Estadual, com informações referentes:

I — Justificativa que caracterize a necessidade de veiculação da ação;

II - Ao planejamento da ação: objetivos, público-alvo, cobertura geográfica e período de divulgação;

III - Ao conteúdo da comunicação: roteiros e layouts das peças; e

IV - Ao plano de mídia:

- a) Premissas do planejamento de mídia, baseadas no contexto geral da campanha e nas análises dos relatórios de pesquisa sobre hábitos de consumo de comunicação;
- b) Estratégia de mídia: definição dos objetivos, qualificação e quantificação dos públicos a serem atingidos, número de exposições recomendado e período total de veiculação; e
- c) Plano de mídia com estudos que demonstrem a economicidade da proposta, discriminem as verbas por meios, por veículo ou rede e mercados atingidos, indicando os descontos ou reaplicações, com base nos preços constantes da Tabela da SINAPRO-PA.

Elaborado por:

CAROLINE MORAES CARDOSO

Coordenadora de Estratégia, Publicidade e Promoção - SECOM

Revisado por :

LENILSON DE SOUSA GUEDES

Superintendente Estadual de Comunicação - SECOM



Documento assinado eletronicamente por **LENILSON DE SOUSA GUEDES**, Superintendente, em 07/10/2020, às 15:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no artigo 18 caput e seus 44 1º e 2º, do [Decreto nº 21.794, de 5 Abril de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINE MORAES CARDOSO**, Coordenador(a), em 07/10/2020, às 18:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no artigo 18 caput e seus 44 1º e 2º, do [Decreto nº 21.794, de 5 Abril de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [portal do SEI](#), informando o código verificador **0013959987** e o código CRC **3F598716**.