

RELATÓRIO SBEM Período de agosto de 2021 a julho de 2022

Comissão de Comunicação Social

A Comissão de Comunicação Social tem duas empresas jornalísticas que lhe dão apoio: a Contexto (para assessoria de imprensa) e a DCPress (para conteúdo interno). Seguem os relatórios de ambas.

Contexto

Os alvos do trabalho de divulgação dos temas relacionados à Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia – SBEM – são de maneira principal os veículos de circulação nacional. Entretanto, os veículos com menor circulação e visibilidade digital também deram grande destaque aos temas propostos. O importante é sempre falar sobre saúde e todos os aspectos envolvidos como prevenção, tratamentos e pesquisas dentro do universo na Endocrinologia.

O trabalho da agência de Assessoria de Imprensa está sempre focado em buscar dados baseados em evidência científicas, com foco nos especialistas da SBEM. São sempre pautas relacionadas à obesidade, tireoide, hormônios, diabetes, vitamina D, entre outros. Muito também foi falado sobre a epidemia de Covid-19 e a correlação com o diabetes. No último ano os assuntos diversidade e equidade tiveram grande importância e foram abordados diversas vezes.

O universo digital, que definitivamente dominou a comunicação, continuou sendo uma das prioridades. Também conquistamos espaço em veículos impressos – jornais e revistas – de circulação nacional e regional; e em TVs e rádios das mais importantes emissoras do país.

Trabalhamos temas que fossem capazes de dar maior enfoque ao nome da Sociedade e gerar mídia espontânea, como é feito durante Congressos, Encontros e Campanhas. Todo o clipping de acompanhamento das publicações que citam a SBEM mostram o excelente resultado alcançado, com publicações 100% positivas.

Durante o último biênio, a SBEM foi citada em mais de 880 publicações, com 75 inserções, impressas; 753 inserções online; 18 inserções em rádio e 43 em TVs.

O valor do impacto de tudo o que foi veiculado sobre a SBEM pode ser tangível através dos relatórios de mídia que demonstram, em valor comercial, o trabalho que foi realizado. Se o valor destas inserções pudesse ser medido, a SBEM precisaria ter investido algo em torno de **R\$ 124 milhões de reais em publicações**: Sites – R\$ 45,3 milhões; Jornais e Revistas – R\$ 40 milhões; Rádios – R\$ 1,2 milhão; TVs – R\$ 38,3 milhões. E sempre vale reforçar que a mídia espontânea tem valor superior, pois o público entende como algo real, que está sendo divulgado, porque o conteúdo tem relevância.

Entre os principais veículos, a SBEM foi destaque na Revista Veja, líder no segmento de publicações de saúde e bem-estar, com onze reportagens; no Jornal Extra, o periódico mais vendido em bancas do país, com média de 101.227 exemplares de circulação nos dias úteis; no Jornal O Globo, com mais de 315 mil exemplares e assinaturas no meio digital, foram dez inserções relevantes. A Sociedade também obteve grande destaque em reportagens no segmento feminino, e em publicações de diferentes estados do Brasil, impactando mais de 2 milhões de leitores.

Nos **Sites**, a SBEM esteve nos principais portais como G1, com 2.0 milhões de visitantes únicos e 3,6 milhões de visitas por página no mês, e UOL/Viva Bem, com 9,5 milhões de visitantes por mês. Além disso, sempre destacando temas de importância para endocrinologia, sobre o novo coronavírus, mas também tireoide, reposição hormonal, diabetes e obesidade, participamos de matérias publicadas em portais como Globo Online, Estadão Online, BBC, Folha Online, Veja Online, Gazeta do Povo, Terra, R7, entre outros.

Na **TV**, os especialistas da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia participaram de programas especiais e entrevistas em diversos telejornais das principais emissoras abertas e por assinatura do país, com grande destaque no SporTV, TV Globo, Globonews, Band, TV Record e SBT.

Nas **rádios**, tivemos participações importantes relevantes na Rádio CBN, Rádio Nacional, na Rádio Jovem Pan e Rádios Locais, como Banda B.

Chegamos ao momento da volta progressiva das atividades presenciais e certamente alcançaremos resultados ainda mais impactantes a partir de agora. Esperamos que o CBEM 2022 seja um marco para o trabalho de divulgação, já que estarão reunidos os mais importantes profissionais da Endocrinologia que certamente compartilharão conteúdos de interesse jornalístico.

DCPress

Resumo das atividades - Site e Redes Sociais

Site da SBEM:

Durante o período, foram publicadas matérias na área de Manchetes (banner notícias), incluindo alertas sobre questões administrativas, campanhas, prazos de anuidades, eleições, prova do TEEM, etc - essas matérias ao saírem dessa área não ficam disponíveis em áreas internas específicas do site - Nesta área foram 175 publicações feitas. Atualização das imagens e informações na área de Campanhas Públicas. Atualização do conteúdo na área de eventos.

Visitação do site da SBEM:

No período foram 3.214.608 páginas lidas.

Comparativo com o mesmo período no ano anterior - Queda de 53,46%

Das 25 páginas mais lidas - 24 com conteúdo leigo e 1 sobre o TEEM.

Redes Sociais:

No Twitter - 8.406 seguidores - Postagens: 472 publicações. Alcance: Alcance de 135 mil pessoas

No Instagram - 27 mil seguidores - Postagens - Feed (302), Stories (762), *Reels* (24) - Total - 1088 publicações. Alcance: aproximadamente 1 Milhão de pessoas.

No Facebook - Postagens: 336 publicações. Alcance: 195 mil pessoas.

Canal de Podcast - SoundCloud - 22 podcasts inseridos.

Canal do Youtube - 325 novos inscritos. 11 mil visualizações nos vídeos.

Boletins Eletrônicos - Enviados - 64 boletins - Não há dados na ferramenta para avaliar o retorno dos boletins eletrônicos.

Aplicativo da SBEM - Foram atualizadas informações sobre eventos, com inclusão de aplicativos referentes aos respectivos eventos. Inclusão de podcasts. Inclusive de alertas solicitados pela diretoria. No *Google Play* sinalização de cerca de 100 *downloads*

Ricardo M. R. Meirelles
Presidente da Comissão de Comunicação Social