

**Monumento a São Paulo, um gesto de amor à cidade**

---

**Organização**

**Samcil Planos de Saúde**

**Profissional Responsável**

**Antonio De Salvo/ Ingrid Rauscher**

**Assessoria Externa**

**ADS**

**Ano da Premiação**

**2007**

:: Briefing

9 de Julho de 1934 – O renomado escultor Galileo Emendabili inaugurava o Obelisco do Ibirapuera, em homenagem aos Heróis Constitucionalistas de 1932.

9 de Julho de 1954 – Era inaugurado o Hospital e Maternidade Modelo, na região central, até hoje referência no atendimento à saúde e pertencente à Samcil Planos de Saúde.

9 de Julho de 2007 – O prefeito Gilberto Kassab, o presidente da Samcil, Dr. Luiz Roberto Silveira Pinto, e Fiammetta Emendabili, filha e curadora do acervo do escultor, inauguram em grande estilo, na Praça Vinicius de Moraes, o Monumento a São Paulo, o primeiro monumento em homenagem ao padroeiro da cidade de São Paulo.

Estes três fatos aparentemente não têm ligação entre si. Mas, numa feliz coincidência, a inteligência estratégica da ADS Assessoria de Comunicações, o respeito ao patrimônio artístico e cultural da Prefeitura de São Paulo e o amor e agradecimento do presidente da Samcil Planos de Saúde, Dr. Luiz Roberto Silveira Pinto, à população da cidade de São Paulo que acolheu sua empresa, pioneira em medicina de grupo, uniram-se perfeitamente para a construção de uma obra de arte perene e significativa.

A Samcil iniciou suas atividades em 1960. Hoje, a empresa possui a maior rede própria de hospitais e centros médicos do País, possui uma carteira de mais de 700 mil beneficiários e emprega 2.000 pessoas.

A ADS Assessoria de Comunicações começou o atendimento à Samcil na década de 70 e sempre pautou seu trabalho em três pilares: criação de estratégias de Relações Públicas diferenciadas; Assessoria de Imprensa; e Prevenção e Gerenciamento de crises.

O patrocínio ao Monumento a São Paulo foi a mais recente estratégia de RP ligada à Responsabilidade Social realizada pela ADS para a Samcil.

:: Histórico da Responsabilidade Social na Samcil

Imbuído de um espírito social desde a juventude, o Dr. Luiz Roberto direcionou sua atuação para as classes C e D da população, as mais dependentes do sistema público de saúde e as mais afetadas por sua ineficiência.

Esta filosofia de trabalho do Dr. Luiz Roberto fez com que a Samcil fosse precursora na área de Responsabilidade Social. Há 44 anos, a empresa criou e implantou com sucesso e de forma pioneira o PAE – Programa de Assistência Educacional, destinado ao custeio de parte dos gastos de colaboradores da empresa com formação educacional. Este é, na verdade, apenas mais um dos tantos projetos sociais que a Samcil desenvolveu e mantém nestes anos todos e que há cerca de três anos decidiu ampará-los, todos sob o guarda-chuva da Associação Beneficente Samcil Amiga da Vida (ABSAV). Por meio da ABSAV, a Samcil disponibiliza mais de 2 mil consultas médicas mensais em pediatria, ginecologia e clínica-geral para cerca de 30 instituições beneficentes, entre outras ações de responsabilidade social.

:: Objetivos

Uma agência de Relações Públicas séria e experiente tem como função não apenas prever e solucionar problemas de seus clientes, mas também detectar oportunidades para promover institucionalmente a reputação das empresas e instituições que representa.

Nesse sentido, o acompanhamento diário do noticiário e de fatos relevantes é uma constante para que este atendimento seja realizado de forma eficaz. Foi por meio deste acompanhamento que a ADS identificou uma grande oportunidade para o cliente Samcil: a possibilidade de patrocinar uma obra de relevância não apenas local, mas nacionalmente, e deixar uma contribuição valiosa e permanente ao patrimônio público da cidade.

O jornalista Cesar Giobbi publicou em sua coluna, no final de 2006, uma notícia em que informava que, enquanto o Cristo Redentor é o símbolo do Rio de Janeiro, São Paulo, a despeito de sua importância, era a única capital brasileira sem um símbolo à altura. E que um projeto de autoria do renomado escultor Galileo Emendabili – nascido em Ancona, na Itália, e falecido em São Paulo, em 1974 – estava engavetado à procura de um mecenas interessado em dotar a capital de seu símbolo máximo, o Apóstolo São Paulo.

Em seu trabalho de buscar boas idéias para seus clientes, a notícia parecia surgir sob medida para a Samcil, uma empresa ciente de seu papel social.

Além da oportunidade de alavancar sua imagem junto à opinião pública, a ação teve outro objetivo: a empresa queria retribuir à cidade e sua população todo o apoio que ela tem dado ao crescimento da Samcil nestes 47 anos de existência. Para a ADS e a Samcil, a ação teve um objetivo ainda mais nobre: ratificar um gesto de amor a São Paulo, segundo palavras expressas com emoção pelo Dr. Luiz Roberto na solenidade de inauguração.

:: Estratégia de Relações Públicas

Da idéia de oferecer uma oportunidade única à Samcil até sua viabilização, a ADS teve de agir rapidamente e montar os mosaicos desta obra antes que alguém o fizesse.

A estratégia foi construída em várias frentes, a saber:

- Pesquisa da vida e obra de Galileo Emendabili para apresentação ao cliente;
- Pesquisa para localizar a filha e curadora do artista, Fiammetta Emendabili, uma vez que a nota do colunista não trazia mais informações;
- Contato com Fiammetta Emendabili para formatação do projeto;
- Contatos com a Prefeitura de São Paulo para assegurar a aceitação pela Prefeitura e a aprovação dos trâmites necessários antes da apresentação do projeto ao cliente;

- Apresentação do projeto à Samcil;

- Acompanhamento de todas as etapas da construção do Monumento;

- Adoção de uma estratégia específica junto à imprensa;

- Concepção e realização do evento de inauguração;

- Avaliação e mensuração de resultados.

:: Ações

De posse das informações do escultor Galileo Emendabili, autor do Obelisco do Ibirapuera, do monumento a Ramos de Azevedo e tantos outros, a ADS buscou contato com a curadora da obra e filha do artista, Fiammetta Emendabili. Ao ser procurada pela ADS para dar detalhes do projeto, Fiammetta ficou visivelmente emocionada com a possibilidade de ver a obra de seu pai virar realidade.

O Monumento a São Paulo leva o nome “Andando”, pois São Paulo era andarilho, indo de cidade em cidade para realizar a evangelização. A obra é feita em bronze, tem 4 toneladas e mede 4,5 metros de altura.

A ADS, juntamente com Fiammetta Emendabili, procurou os canais competentes na Prefeitura para o aceite da doação ao município. Certificando-se de que os órgãos dariam apoio à construção da obra e as garantias necessárias, Ingrid Rauscher e Antonio De Salvo, sócios diretores da ADS, apresentaram o projeto ao Dr. Luiz Roberto Silveira Pinto, presidente da Samcil. Ele mostrou-se desde o início receptivo à idéia de patrocinar a construção de uma obra de tamanha envergadura e doá-la ao patrimônio público.

Da aceitação à inauguração do Monumento foram necessários três meses de trabalho, em que a ADS acompanhou passo a passo o andamento do projeto, inclusive a escolha do local mais apropriado para a instalação da obra, na Praça Vinicius de Moraes, no Morumbi.



Paralelamente à execução do Monumento, a ADS realizava sua estratégia de divulgação junto à imprensa. A única exigência do Dr. Luiz é que a data de inauguração fosse 9 de Julho.

Outra ação diferenciada foi a confecção de 200 réplicas do Monumento, também em bronze, para serem ofertadas às autoridades e a diretores e gerentes da Samcil.

Para tornar o evento de inauguração agradável, foi montada uma lona defronte ao monumento e oferecido coquetel aos 200 convidados. As presenças de autoridades como o prefeito Gilberto Kassab, do Dr. Andrea Matarazzo secretário das Subprefeituras, entre outros, abrilhantaram o evento que teve ampla cobertura de imprensa.

“Para a Samcil, patrocinar este Monumento a São Paulo é um gesto de amor. De amor à cidade onde nascemos e fundamos há 47 anos a nossa empresa, que vem crescendo ao longo destas décadas graças às oportunidades que esta cidade e seus habitantes oferecem”, afirmou no evento o presidente da Samcil.

E como coincidências não existem, foi assim que, em 9 de Julho de 1934, o renomado escultor Galileo Emendabili inaugurava o Obelisco do Ibirapuera; em 9 de Julho de 1954, São Paulo inaugurava o Hospital e Maternidade Modelo, berço do nascimento da Samcil; e em 9 de Julho de 2007, o prefeito Gilberto Kassab, o presidente da Samcil, Dr. Luiz Roberto Silveira Pinto, e Fiammetta Emendabili, filha e curadora do escultor inauguravam, o novo símbolo da capital, o Monumento a São Paulo.

São Paulo já tem o seu símbolo e as futuras gerações podem se orgulhar disso.

:: Avaliação

Ao contrário de algumas ações de Relações Públicas, a metodologia de avaliação do projeto não obedeceu a critérios previamente estipulados pela agência e pelo cliente. Neste caso, não caberia a realização de uma pesquisa sobre a percepção do público sobre a Samcil, após a realização do projeto. As últimas pesquisas internas, aliás, já indicavam a média de 91,84% no índice de satisfação dos associados.

Afinal, como avaliar valores intangíveis como o amor à cidade de São Paulo demonstrado pela Samcil; o reconhecimento do poder público a esse esforço e a parceria e dedicação da ADS ao apresentar um projeto diferenciado?

O objetivo da Samcil ao patrocinar o Monumento a São Paulo foi absolutamente isento de contrapartidas. Mas os resultados superaram as expectativas do cliente.

### :: Resultados

O principal resultado obtido pela Samcil foi o de dotar São Paulo de seu símbolo com o apoio e o reconhecimento do poder público, dos colaboradores, da imprensa e da comunidade.

A presença do prefeito à cerimônia e suas gentis palavras de agradecimento à Samcil pelo patrocínio da obra foram um estímulo à empresa. Para os colaboradores da Samcil, foi motivo de orgulho partilhar de uma iniciativa de tal porte com a sociedade em geral.

O mercado de planos de saúde também compartilhou da iniciativa. A Samcil patrocinou a edição especial da revista da Abramge, que circula no mercado de medicina de grupo, com a intenção de incentivar outras empresas do setor a apoiarem o patrimônio público da cidade.

Os resultados de mídia foram bastante positivos, com cerca de 40 matérias sobre o tema nos principais veículos de São Paulo. A mídia eletrônica correspondeu a 15 minutos e 54 segundos em veiculação.

Além do espaço em mídia espontânea, a Samcil realizou uma intensa campanha publicitária nas principais publicações do País.

Em toda a comunicação, a imagem do Monumento a São Paulo foi colocada em primeiro plano. O mestre Galileo Emendabili deixou um legado expressivo em que a beleza de seu Apóstolo dispensa o uso das palavras.