

8

9

10

11

12

13

INVÓLUCRO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL - VIA NÃO IDENTIFICADA

6

EXERCÍCIO CRIATIVO - "AÇÕES DE MONITORAMENTO DO ESTADO PARA ENDEMIAS"

E

M

X

0

6

X

RACIOCÍNIO BÁSICO

O monitoramento¹ na área da saúde é uma ferramenta que possibilita, a partir da coleta sistemática de dados, avaliar estratégias de combate a doenças nas esferas federal, estadual, municipal e distrital. É a partir da leitura dos dados disponíveis que os gestores conseguem, de fato, compreender os efeitos das políticas adotadas, bem como subsidiar novas propostas, mudanças de rota e ter um aliado no processo de tomada de decisões. Os números indicam caminhos e, aliados a componentes sociais, ganham novos contornos e explicam os motivos pelos quais determinada região tem sido acometida por endemias.

Embora as doenças transmissíveis sempre tenham acometido a humanidade, o conceito de vigilância como um instrumento de saúde pública é relativamente recente, surgindo no final do século 19². Nessa época, a vigilância tinha como propósito fundamental detectar doentes na fase inicial apenas para o rápido isolamento. Já no século 20, o conceito de vigilância ganhou outras nuances, a partir de métodos de coleta, análise e difusão de dados diversificados e, a partir dos anos 1950, passa a ter cunho de acompanhamento sistemático da incidência e distribuição das doenças. Assim, os métodos científicos de avaliação começam a ser adotados, bem como a divulgação das informações para as tomadas de decisão.

No Brasil, as estatísticas³ anuais relativas à saúde começaram a ser realizadas em todo o território nacional em 1931, pelo antigo Serviço de Estatística da Educação e Saúde, que fazia parte do Sistema Estatístico Nacional. Mas foi nos anos 1990, com a criação do Sistema Único de Saúde (SUS) e a universalização do setor, que o país passou pela maior estruturação de monitoramento. O movimento sanitário propôs modelos direcionados à democratização das práticas de saúde, tornando o instrumento imprescindível para implementação de novas políticas na área. Assim, não só os profissionais do setor, mas a sociedade passou a ter acesso às informações.

Desde então, os dados coletados pelas prefeituras e estados são enviados ao Ministério da Saúde que, ao obter informações atualizadas e condizentes com as práticas realizadas pelo SUS, é capaz de desenvolver ações sólidas e sustentáveis. “Isso incentiva a gestão participativa, promove a construção da integralidade e a ampliação responsável e cuidadosa das práticas e saberes no cuidado. Além disso, permite registrar a oferta de Práticas Integrativas e Complementares em Saúde (PICS) no território, e que muitas vezes já estão institucionalizadas

¹ Avaliação e Monitoramento <https://shorturl.at/QC2Jt>

² Vigilância da saúde: fundamentos, interfaces e tendências <https://shorturl.at/81zuB>

³ Introdução <https://shorturl.at/zRJ8N>

por políticas estaduais, municipais e distritais, contribuindo para a ampliação das PICS”, explica o documento Avaliação e Monitoramento do Ministério.

Nesse contexto, o Estado do Paraná é, sem dúvida, um dos grandes aliados na coleta, organização e interpretação de dados, não só para abastecer o ministério, mas também para potencializar ações de combate às endemias. Detentor da quinta maior população do Brasil, com 11,5 milhões de habitantes, o Estado⁴ possui complexidade maior nos atendimentos, já que apresenta fronteiras com São Paulo, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina, além do Paraguai e da Argentina. Para garantir o monitoramento eficiente, a Secretaria do Estado da Saúde (SESA) mantém alguns índices sistematizados, caso do Boletim Semanal da dengue, disponível no site desde 2008, no qual é possível ter um acompanhamento minucioso dos casos no Estado com recortes por município, além de gráficos de tendência.

Além de combater a desinformação sobre a dengue⁵, o monitoramento alimenta a SESA com argumentos para tomada de decisão. A Pasta tem se valido desse recurso para criar inúmeras iniciativas, desde a tecnologia para captação em tempo real de dados até avanços biológicos. Só no primeiro semestre do ano passado, foram investidos mais de R\$ 100 milhões⁶ do governo do Paraná no apoio a gestores municipais nas ações de Vigilância em Saúde. Houve ainda a adoção do método Wolbachia, baseado na utilização de mosquitos infectados com uma bactéria natural para impedir a transmissão do vírus. Curitiba sediará a maior fábrica mundial desses mosquitos, em parceria com a Fiocruz, o Ministério da Saúde e a SESA. Inicialmente, as cidades de Londrina e Foz do Iguaçu receberão a tecnologia devido aos altos índices de casos. Um exemplo de como o monitoramento respalda as decisões governamentais.

A ação integrada surtiu efeito. O Paraná⁷ está entre os estados que registraram as maiores reduções nos casos de dengue nas primeiras semanas deste ano em relação ao mesmo período do ano passado, com 74% menos incidência. Os dados foram anunciados pelo governo federal, a partir da análise da adoção do Plano de Ação para Redução dos Impactos das Arboviroses, lançado em setembro de 2024, e realizado em parceria com as secretarias estaduais de saúde. Nas primeiras seis semanas de 2025, o número de casos prováveis de dengue no Brasil

⁴ Paraná – Confira a importância do estado nas nossas importações e exportações!

<https://bit.ly/40ZuZRv>

⁵ Dengue no Paraná: Desafios e Inovações no Combate ao Aedes aegypti

<https://bit.ly/40Zvtah>

⁶ Estado investe R\$ 100 milhões em vigilância em saúde e combate à dengue no semestre

<https://bit.ly/41h6noI>

⁷ Brasil registra redução de aproximadamente 60% nos casos de dengue em 2025

<https://shorturl.at/tifup>

foi aproximadamente 60% menor em relação ao mesmo período de 2024. Até o dia 13 de fevereiro, foram registrados 281.049 casos prováveis, contra 698.482 casos no mesmo período do ano passado. Além do Paraná, outros estados conquistaram bons índices: Distrito Federal (97%), Rio de Janeiro (91%), Minas Gerais (88%) e Amapá (79%).

Embora a dengue seja o caso mais emblemático no estado paranaense, outras endemias afetam a região, caso da coqueluche e da hepatite A. Para controle, a SESA também mantém monitoramento e boletins que apontam a situação das doenças, bem como hot site com informações gerais e prevenção. Por conta das ações da Secretaria nas diversas frentes de controle, em 2023, a pasta foi premiada⁸ pelo Ministério da Saúde, ficando em segundo lugar na área de vigilância e monitoramento de doenças crônicas não transmissíveis. Foram enviados à mostra 1.812 trabalhos, sendo selecionados 30 experiências finalistas.

Entretanto, mesmo com uma atuação exitosa, a SESA deve utilizar o monitoramento para gerar pautas constantes para a imprensa, resultando numa divulgação sistemática dos males que afetam o estado e, assim, reduzir os casos. Um exemplo recente de bons resultados em estratégia de comunicação no setor de saúde pública é a Campanha Novembro Azul, de conscientização sobre o câncer de próstata, que conquistou avanços após anos de apoio midiático no País, demonstrando a força da comunicação nas iniciativas. Quando analisado o acumulado de cinco anos, os resultados são significativos, sinalizando uma retomada dos cuidados pós-pandemia e a efetividade das campanhas preventivas, divulgadas pelos meios de comunicação. Em 2023, o SUS⁹ computou um aumento de 16,9% na realização de exames que detectam esse tipo de câncer, em relação a 2018. Foram 50.948 biópsias de próstata contra 43.554. A divulgação constante das diretrizes da campanha, especialmente em veículos de grande audiência gerou efeito comprovado pelos números sobre o comportamento da população masculina, com abordagens que foram além da simples divulgação de índices.

Criar estratégias permanentes de comunicação na saúde sobre prevenção, cuidados e experiências reais de superação refletem diretamente na redução de casos. A estratégia de comunicação da SESA precisa lançar mão não só do uso de dados para alcançar constantemente veículos de imprensa, mas também trazer histórias reais capazes de criar empatia e vontade de mudança comportamental na população.

⁸ Paraná é premiado em mostra do Ministério da Saúde sobre experiências bem-sucedidas

<https://shorturl.at/y3iMH>

⁹ Informação que salva vidas: a importância da mídia em campanhas como o Novembro Azul

<https://shorturl.at/9jbVy>

PLANO DE AÇÃO

Para consolidar uma comunicação eficiente tanto nas ações pontuais como nas que necessitam de atenção contínua, é preciso traçar estratégia que contenha iniciativas horizontalizadas de curto, médio e longo prazo, que não só se conectam como se intercalam em alguns momentos. Como é sabido, o efeito El Niño¹⁰ acabou por retirar o perfil sazonal da dengue, tornando a doença propícia ao contágio durante todo o ano. Dessa forma, as ações voltadas à prevenção irão coincidir com outras questões pontuais, como os meses temáticos ou endemias de outras doenças, já que a taxa vacinal ainda está em recuperação¹¹.

Outro ponto importante são doenças endêmicas que possuem fatores comportamentais, caso da hepatite A¹². Em 2023, Curitiba encabeçou a lista de municípios paranaenses com maior incidência da doença, principalmente por conta das relações sexuais sem proteção. Outro caso foi a coqueluche¹³, cujo índice de contágio subiu também no ano passado, principalmente, segundo a SESA, pela queda da cobertura vacinal computada desde a pandemia de Covid 19.

Assim, utilizar o monitoramento aliado a histórias reais durante todo o ano é imprescindível para modificar o cenário atual. “Para que permaneça, a mudança precisa ser tão profunda que ir contra ela acaba sendo uma ação anacrônica. Assim, quanto mais consensual for a noção da necessidade daquele hábito, mais difícil é para uma pessoa sozinha resistir. E essa é exatamente a ideia, uma pressão irresistível do coletivo sobre o indivíduo”, explica a professora de comunicação e práticas de consumo da ESPM Gisela Castro¹⁴. Dessa forma, apresentamos os pilares sobre os quais a estratégia de relacionamento com a mídia para a SESA estará construída, sempre em alinhamento com o Sistema Estadual de Comunicação do Paraná (SICOM):

- Foco nas Pessoas

Se tem uma coisa a respeito da área de saúde pública que a pandemia provocada pelo Coronavírus mostrou é que, sim, o tema é muito mais do que números, do que equipamentos públicos, quantidade de consultas e de exames realizados. Saúde pública é para pessoas e feita por pessoas. Dessa forma, tanto a imprensa quanto a população querem conhecer histórias de

¹⁰ Dengue no Paraná: Desafios e Inovações no Combate ao *Aedes aegypti*

<https://bit.ly/40Zvtah>

¹¹ Combate à desinformação na área da saúde: uma luta de todos <https://bit.ly/4aZ71KD>

¹² Hepatite A: surto em Curitiba chega a 366 casos e 5 mortes, com 60% dos pacientes internados; saiba como se proteger <https://shorturl.at/vpmiO>

¹³ Em um mês, casos de coqueluche aumentaram 86% no Paraná e chegam a mil confirmações <https://shorturl.at/V3yV2>

¹⁴ Como a sociedade revê seus hábitos <https://shorturl.at/tm02D>

superação, os heróis do cotidiano no atendimento público, casos que se valeram muito mais da competência humana do que de equipamentos, medicamentos ou itens de suporte na área da saúde. A estratégia é trazer o protagonismo para as pessoas em todas as ações de comunicação da Secretaria. Isso vale para estratégias voltadas para a imprensa que tenham como objetivo atingir a população, o servidor público ou formadores de opinião. Ao levar o foco para a pessoa, a Pasta envia como mensagem a preocupação que é o cerne central de seu escopo, o bem comum, a preservação da vida e a valorização do material humano.

- Estratégia com grande imprensa nacional

Políticas públicas bem-sucedidas não só rendem boas notícias como também podem inspirar projetos similares em outros Estados e Municípios. Principalmente quando o tema é saúde pública. O último Relatório de Desenvolvimento Humano, divulgado em dezembro de 2022, revelou o resultado brasileiro nas três dimensões do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): saúde, educação e renda, referentes a 2019. O IDH do Brasil cresceu de 0,762 para 0,765 mas caiu cinco posições no ranking em relação ao ano anterior, ficando em 84º lugar entre 189 países. Dessa forma, há carência de bons projetos no País que consigam reverter a situação e melhorar a posição geral nos índices. A ideia é trabalhar de forma próxima aos principais veículos de imprensa do Estado e também à grande imprensa com o intuito de apontar a Secretaria do Estado da Saúde como uma Pasta referência na área, levando histórias reais, contextualizando os temas com dados, resultados e oferecendo porta-vozes que possam demonstrar como é o dia a dia do trabalho.

- Estratégia com grande imprensa internacional

Se por um lado as redações tradicionais estão diminuindo no País, temos um vasto mar de possibilidades quando observamos sites, blogs, influenciadores e imprensa internacional. A SESA, tem um conteúdo de qualidade para trabalhar nas redações de outros países, seja com casos comprovados de eficiência médica, equipamentos de última tecnologia, infraestrutura hospital, referências em atendimento de alta complexidade, além de muita história de pessoas diretamente ligadas a essas temáticas. Assim, políticas públicas bem-sucedidas não só rendem boas notícias como também podem inspirar projetos similares em outros países, resultando em visitas da imprensa, além de tornar o porta-voz da Secretaria uma referência reconhecida no assunto. O resultado dessa aproximação pode ser explorado tanto nas redes sociais da Pasta quanto do titular, além de amplificada na imprensa nacional.

- Jornalismo de dados

Desde a chegada da internet, as estatísticas passaram a ser a grande atração do jornalismo. Dados são parte da imprensa no mundo moderno, já que são usados não somente para quantificar, mas para mostrar recortes de realidades diversas, criando histórias sólidas. Os vencedores do Pulitzer de 2015 mostram isso: na categoria Serviço Público, foi premiada uma reportagem baseada em dados sobre mulheres que sofreram violência doméstica na Carolina do Sul, nos Estados Unidos. Os co-vencedores da categoria Pesquisa revelaram dados sobre doações de lobistas e pagamentos do Medicare. Na categoria Explicação, o vencedor visualizou dados sobre empresas que sonegam impostos. Como Poder Público, a Secretaria de Saúde tem os números e histórias em suas mãos, transformando-se em um grande hub de informação sobre a área e o setor.

- Prover o que é necessário

Um dos maiores erros na relação entre imprensa e Poder Público é acreditar que um bom atendimento esteja relacionado a respostas às demandas dos jornalistas. Na maioria das vezes, o jornalista recebe uma informação, não tem noção do todo e pede informações que não retratam a realidade. Responder sem entender e contextualizar é dar de bandeja à imprensa, muitas vezes, uma reportagem que não condiz com a realidade. Dessa forma, fazer a inteligência dos dados, narrativas, bem como ter a visão do momento certo para que os fatos sejam divulgados é imprescindível não só para a divulgação positiva da Secretaria, mas também para aproveitar essas oportunidades para educar os jornalistas no tema. Assim, prover o que é necessário nem sempre é responder à imprensa sobre aquilo que ela pergunta, mas orientá-la sobre o que é de fato relevante e precisa ser falado pela relevância à população. Nem sempre é possível fazer o jornalista desistir da matéria, mas com dados e bons argumentos, muitas vezes, consegue-se mudar o foco da reportagem.

- Presença em locais de fala

Quando a entidade se apropria dos dados gerados, das narrativas, das histórias das pessoas, automaticamente, passa a ter relevância não só no setor, mas também na sociedade. Nesse sentido, é possível tornar-se tanto um incentivador de novas descobertas e técnicas, quanto também participar de premiações, palestras e outros eventos relacionados ao setor. No caso da Secretaria de Estado de Saúde do Paraná, o histórico a faz ser reconhecida pelas últimas realizações, seja em relação ao combate à dengue ou por outras iniciativas fomentadas pela Pasta. Desta forma, é possível ganhar notoriedade em eventos no Brasil e no Mundo, bem como ser a criadora ou co-criadora de iniciativas que possibilitem o debate sobre endemias. Além de estar inserida no bem-sucedido e reconhecido mundialmente Sistema Único de Saúde (SUS), a

Secretaria foi além de suas atribuições como unidade federativa, investindo em corpo técnico, infraestrutura, colaboradores capacitados e estudos que embasam programas e projetos.

- Multiplicadores de informação

Embora o secretário da SESA seja o principal porta-voz do setor, unificar o discurso é uma forma de torná-lo consistente e uníssono. Por isso, uma das estratégias que reverberam na imprensa é capacitar e educar os servidores públicos da Pasta, que são os multiplicadores das campanhas e informações. A força de atendimento, os agentes de saúde, além dos colaboradores da parte administrativa podem ser alimentados com informações e dados semanais, fazendo com que a SESA tenha um discurso consistente e forte. Isso porque, muitas vezes, a imprensa procura departamentos diretamente, principalmente no caso da saúde, indo diretamente a postos e hospitais sem passar pela área de comunicação. Isso evita que servidores repassem dados equivocados ou fora de contexto.

AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS PELA CONTRATADA JUNTO À MÍDIA

A partir do cenário descrito acima, bem como a introdução à metodologia a ser adotada, a ideia é implantar ações com o objetivo de promover a Secretaria do Estado de Saúde, potencializando os resultados e as histórias das pessoas envolvidas nas estatísticas, programas e projetos, bem como elevando a quantidade de exposições positivas tanto na mídia nacional quanto internacional. O Plano de Ação desenvolvido engloba as ações, as medições de resultado e os alinhamentos de objetivo, caso sejam necessários. O cronograma engloba, a curto prazo, ações tradicionais, como coletivas de imprensa, postagens e envio de releases, até a médio e longo prazos, novas abordagens visando diferentes públicos, a seguir:

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- Jornalismo de dados: A partir das estatísticas e dados gerados pela Secretaria de Estado de Saúde do Paraná, a equipe, a partir do estudo detalhado e do cruzamento de informações, combinados com a análise técnica dos integrantes da Pasta, desenvolve pautas específicas para cada veículo, explorando o perfil do canal e do jornalista a ser abordado. Dessa forma, é possível explorar o mesmo tema sob vários vieses, trabalhando a informação, inclusive, com áreas correlatas, como Educação, Desenvolvimento Social, Desenvolvimento Econômico, sempre alinhando a estratégia com a SICOM. A partir das realidades em cada uma das regiões paranaenses, também é possível construir narrativas para oferecer em formato de pauta.

- Conhecer para contar: Um bom release pode até levar a informação completa ao jornalista, mas nada é mais real do que o deixar em contato direto com a notícia. Por isso, propõe-se uma programação mensal com grupo de jornalistas de vários tipos de canais – impresso, agências

internacionais e nacionais, revistas, TVs, blogs e sites especializados – e influenciadores do setor para realização de visita aos equipamentos e projetos de interesse da Secretaria. As visitas são ideais para que os profissionais da área tenham acesso total aos feitos da Pasta, vivenciando na prática, juntamente com o ecossistema da saúde, a experiência. Além disso, o jornalista tem acesso aos entrevistados, tanto corpo médico e técnico da área a ser visitada quanto dos pacientes. A visita deve ser a convite da SESA, com acompanhamento de um profissional da assessoria de imprensa e de um porta-voz, em parceria com as Pastas do Governo e Municípios envolvidos no tema escolhido. Dessa forma, além de estreitar o relacionamento, os textos ficam mais atrativos e convincentes e costumam conquistar mais engajamento dos leitores.

- Encontros de Relacionamento com a mídia: É de suma importância promover conversas informais entre gestores e técnicos com jornalistas das regiões administrativas do Estado, além de grande imprensa nacional – pode ser online, formato que se consolidou desde o início da pandemia de Coronavírus, ou de forma presencial nas redações ou em localidades de atuação da Secretaria de Saúde -, para aproximação e esclarecimento de dúvidas institucionais e sobre políticas públicas para o setor. A Pasta tem profissionais e especialistas renomados e qualificados: dar voz a eles é valorizar o trabalho desenvolvido por todos na instituição e reforçar o valor desse capital conquistado pelo governo. A agência atuará junto à mídia propondo que estes porta-vozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação. Um encontro por semana é a forma de garantir capilaridade e exposição.

- Planejamento anual e cronograma de pautas: A partir dos produtos a serem criados, sugeridos neste exercício, e dos já existentes, além das efemérides, a agência desenvolve um mapa anual de pautas, que traz a estratégia de divulgação e os objetivos a serem alcançados. Isso permite, por exemplo, divulgar os feitos da Pasta sempre que houver um assunto correlato, como índices de saúde, de desenvolvimento humano, pesquisas médicas, enfatizando os dados gerados. Além disso, é possível fazer uma programação de coletivas, com histórias de pacientes, corpo médico e corpo técnico e resultados gerais.

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- Media Training: Para potencializar os resultados dos encontros/entrevistas, a agência indica também a realização de Media Training e capacitação de porta-vozes. Conjuntamente com a Secretaria, a agência identificará os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes. A prática prepara os gestores para se posicionarem melhor em entrevistas, tanto individuais quanto coletivas. A capacitação inclui etapas teóricas e práticas e disponibiliza materiais de apoio, e pode ser tanto

em formato full, com vários tipos de abordagens, exercícios e simulações, até formato reduzido, para emergências ou encontros de última hora.

- Media Audit: Com o intuito de medir as ações realizadas junto à imprensa, a agência indica o desenvolvimento periódico de sondagens junto aos principais atores da mídia espontânea. Dessa maneira, é possível redefinir estratégias até então tidas como eficientes ou mesmo intensificá-las. A pesquisa qualitativa ainda pode ser realizada após a implantação de um projeto, para avaliar o desempenho e a aceitação do mesmo. A agência sempre busca ouvir os principais jornalistas da grande imprensa e dos mais importantes veículos da grande imprensa, os locais e regionais.

- Boletins da Saúde: Aproveitando o conteúdo a ser desenvolvido para o portal, é possível criar um boletim semanal com os diversos índices gerados pela pasta, que apontem avanços, novidades e bons resultados relacionados a programas da Secretaria de Saúde, para os jornalistas e influenciadores do setor, sempre acompanhado de abordagem por telefone explicando o material enviado. Dessa forma, além de potencializar o relacionamento com a imprensa, aumenta-se as chances de publicações rotineiras sobre o tema.

- Coletiva de conclusão: Sempre que houver uma entrega relevante ou o fechamento de um Mapa da Saúde, a Secretaria promoverá coletiva de imprensa para falar sobre os resultados, além de trazer um profissional que participou ativamente dos resultados para dar seu depoimento durante o evento. Isso aproxima a grande imprensa de um tema que, embora seja referência, está concentrado sempre em dados que ficam distantes pela frieza das divulgações. Alinhada com a SICOM, a estratégia também pode se valer das coletivas do governo para dar notoriedade. A coletiva deve se repetir também regionalmente, em um dos municípios mais beneficiados pelos anúncios, valorizando a imprensa local.

- Matriz de temas correlatos: Saúde é um tema que incide em outros setores, como Educação, Desenvolvimento Regional, Desenvolvimento Social, Esportes, Desenvolvimento Econômico entre outros. Dessa forma, a agência sugere o desenvolvimento de Matriz de Temas Correlatos, com pesquisas, informações, estatísticas e dados que não sejam necessariamente desenvolvidos pela Secretaria de Saúde, mas que tenham relação com os assuntos e políticas públicas geridas pela Pasta. A Matriz auxilia na geração de sugestões de pautas conjuntas e também no embasamento de dados gerados pela Secretaria. A ação potencializa a exposição positiva na imprensa, já que é possível colocar autoridades para fazer interpretações de dados, sempre levando para os projetos e resultados conquistados pela pasta, alinhados com a SICOM.

- Banco de cases: Pela complexidade da área da saúde, a pasta é um celeiro de histórias que geram empatia por parte do público e dos jornalistas. Assim, a agência, a partir de informações da SESA, levanta potenciais personagens, realiza as entrevistas, desenvolve as histórias em uma narrativa atraente, elege as mais interessantes, e desenvolve esses cases em formatos de texto e audiovisual em parceria com a SICOM, tanto para o conteúdo do site quanto para divulgação na mídia.

AÇÕES DE LONGO PRAZO

- Portal da Saúde: Atualmente, a página do governo destinada à área da saúde, embora cumpra o papel de levar informações à população, é pouco atrativa. Embora seja imprescindível manter o que a lei de acessibilidade e transparência na internet regem, é possível fazer isso de forma a chamar atenção tanto da população quanto do foco deste certame: a imprensa. Assim, é sugerido o desenvolvimento de uma página na qual haja vários conteúdos, em formatos diferenciados, chamando a atenção para as histórias que a Saúde do Estado ajudou a construir. Histórias de pacientes, de médicos, enfermeiros, entre outros servidores, que mostram a humanização no tratamento das endemias. Além disso, números estratégicos e marcantes, como total de atendimentos dia, exames entre outros procedimentos, devem estar em destaque. Vídeos com depoimentos, animações e outros formatos de conteúdo geram interesse, levam acesso e transformam-se em narrativas para a construção de materiais a serem enviados aos públicos de interesse, como jornalistas, influenciadores, formadores de opinião. O portal, que funcionaria como um grande hub de dados, conteria informações gerais e detalhadas sobre os programas e projetos, em andamento e concluídos, com estatísticas sociais. Assim, é possível fazer a curadoria das melhores histórias.

- Mapa de Calor da Saúde do Estado do Paraná: Esse é um outro exemplo de produto que resulta da análise e inteligência de dados. Dessa forma, é possível criar um índice por cidade e região com número de casos das doenças endêmicas, tendências de outras enfermidades, atendimentos médicos, de procedimentos realizados, novos equipamentos, entrega de infraestrutura entre outros números relevantes. A periodicidade por ser mensal, para que os dados sejam trabalhados de forma qualitativa, gerando interesse e espera pelos próximos resultados. A partir da análise do mapa, é possível oferecer a pauta de diferentes formas, para diferentes setores e interesses. Os números gerais, com recortes macro, podem ser oferecidos a veículos da grande imprensa com exclusividade.

- Podcast da Saúde: A agência sugere a produção de um programa a ser disponibilizado nos canais mais acessados pelo público do sistema de saúde. Responsável pela roteirização, a

Agência pode explorar o podcast na imprensa, principalmente na especializada em Saúde. Em formato dinâmico, cada edição pode trazer um médico ou gestor diferente, com intuito de dar dicas, esclarecer sobre doenças, novas ondas de enfermidades, entre outros esclarecimentos. Os podcasts ficarão disponíveis nas redes da Secretaria de Saúde.

- Materiais para multiplicadores: O intuito é alimentar os servidores da SESA semanalmente com dados relevantes sobre a Secretaria. Um material rápido, informativo e objetivo, em formato de tópicos e que pode facilmente ser consumido. Se o material for acompanhado de um vídeo de até 30 segundos do titular da pasta enfatizando as principais informações, é mais uma chance de reter a atenção dos colaboradores, que podem ser abordados pela imprensa e são comunicadores naturais do setor pelos papéis desempenhados.

- Geolocalização: mensagens rápidas podem ser desenvolvidas pela equipe para comunicações rápidas da Vigilância Sanitárias com determinadas áreas do estado, como alertas de focos de dengue, de aumento de casos e iniciativas rápidas que podem ajudar a conter determinadas realidades.

MATERIAIS A SEREM PRODUZIDOS

- Releases: produção e envio diário para imprensa regional, estadual, nacional e, ocasionalmente, internacional a fim de informar os veículos sobre ações, projetos e novidades envolvendo iniciativas da Secretaria da Saúde;

- Roteiros para Podcasts: elaboração do questionário das entrevistas, bem como documento com perfil dos entrevistados e mensagens-chave dos assuntos;

- Mensagens para alertas por geolocalização: comunicação fará texto curto dos alertas a serem enviados pela Vigilância Sanitária;

- Comunicados para os servidores: material semanal com o intuito de unificar o discurso em torno de assuntos estratégicos para a SESA;

- Papers para alinhamento de discursos: material a ser compartilhado com a equipe do Sistema Estadual de Comunicação do Paraná e com os gestores da Secretaria de Saúde;

- Formatação de conteúdo opinativo: artigos de opinião a serem assinados pelos gestores da Secretaria de Saúde e por demais técnicos e especialistas designados pela SICOM;

- Cartas e materiais explicativos: conteúdo para veículos de imprensa a fim de corrigir eventuais erros ou mesmo ampliar o esclarecimento sobre determinados temas envolvendo a Secretaria de Saúde do Paraná;

- Press kit: material explicativo e detalhado para imprensa sobre os resultados a serem divulgados, com imagens, histórias dos matriculados e estatísticas.

- Roteiros: desenvolvimento de materiais para realização de lives ou produtos internos audiovisuais;
- Apresentações: levantamento de informações com as áreas internas da Secretaria, bem como busca de estudos e referências a serem utilizadas em apresentações institucionais dos gestores da pasta;
- Notas exclusivas: busca por espaços estratégicos em jornais e revistas com dados relevantes da pasta, ações, pesquisas, estatísticas ou novidades que serão implantadas;
- Newsletter mensal para funcionários: material a ser disparado mensalmente para despertar o sentimento de pertencimento e ampliar o engajamento dos profissionais das diversas estruturas da Secretaria;
- WhatsApp Imprensa: envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem a área de saúde e temas relacionados. A agência realizará o envio por meio de listas de transmissão.
- Guia de Perguntas e Respostas: o material será compartilhado com os principais porta-vozes da Secretaria de Saúde sempre antes de eventos ou anúncios importantes a fim de buscar o alinhamento de discursos;
- Manual de Crise: informações e orientações para eventuais situações de crise na imprensa envolvendo a Secretaria e suas áreas. O conteúdo, fundamental em casos emergenciais, será direcionado para os gestores do órgão e alinhado com a SICOM;
- Matriz de sensibilidades: levantamento de todas as situações que possam representar risco de exposição negativa, já com sugestões de reação e os responsáveis pelas áreas citadas;
- Banco de Dados: organizará um banco de informações com ações, números, balanços, séries históricas e estatísticas relacionadas à conjuntura da Saúde no Paraná. O material apoiará tanto a produção de materiais de divulgação, informes para a SICOM, como produção de conteúdo para plataformas e comunicados internos;
- Banco de Personagens: reunirá informações para divulgação de cases sociais, tanto como dos pacientes da área da saúde como de outras áreas de atuação da Secretaria, mostrando novidades e iniciativas a partir da experiência dos protagonistas;
- Informativos: papers para informar a equipe da SICOM sobre status de programas, projetos e ações da pasta em andamento e novidades a serem divulgadas. O informativo poderá servir de suporte para entrevistas de porta-vozes do governo;

- Análise e aplicação de Media Audit: questionário realizado para este certame será estendido a fim de atingir um número maior de veículos e profissionais. Agência realizará criação das perguntas, aplicação e análise de todo conteúdo;
- Cooperação na construção de conteúdo para sites e redes sociais: produção de material e curadoria para subsidiar as equipes de digital;
- Planejamento quinzenal: indicação da estratégia desenvolvida para o período, bem como as principais matérias publicadas. Material será enviado à SICOM;
- Relatórios diários e mensais de análise de mídia: medem como a imprensa tem tratado projetos e políticas públicas da Secretaria de Saúde. Diariamente, será enviado um resumo de todo trabalho realizado ao longo do dia, com atendimentos, respostas enviadas e publicações que devem ocorrer nos jornais do dia seguinte;
- Relatórios diários e mensais de ações realizadas: informam detalhadamente o que foi realizado pela equipe durante o dia e, no fim do mês, um relato completo das ações desenvolvidas durante o período;
- Clipping de notícias: enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas. Conterá com análise de exposição da Secretaria de Saúde e de suas políticas públicas, além de conter indicações e sugestões de posicionamentos sobre matérias que foram publicadas. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

- Recortes e análises geram bons conteúdos e interesse midiático

A imprensa nunca esteve tão ávida por números e análises que permitam que os conteúdos sejam tratados de maneira mais profunda, com comparativos, balanços e novas leituras. Esse tipo de material tem amplo valor para os veículos de mídia, na medida que permitem que os jornalistas consigam construir novas abordagens e, principalmente, buscar formas de contar histórias mais técnicas a partir de narrativas mais próximas das pessoas.

Explorar a vasta gama de dados e números gerados a partir do trabalho que a Secretaria de Saúde do Estado do Paraná vem realizando confere à comunicação governamental não apenas mais espaço para a divulgação das iniciativas e políticas públicas, mas também a possibilidade de que elas sejam abordadas sob uma perspectiva mais próxima da população, promovendo assim um trabalho efetivamente de diálogo direto com os cidadãos.

Esses conteúdos devem ganhar capilaridade não apenas junto aos jornalistas e formadores de opinião, mas gerar conteúdos que possam ser compartilhados em diferentes canais – de comunicação interna e externa, como o site, as redes sociais e outras ferramentas que possibilitem uma interface direta com a população. Trata-se, portanto, de uma excelente oportunidade para criação de materiais de qualidade para a imprensa e para os outros veículos e públicos.

- Humanização das ações e das políticas públicas com personagens e histórias reais

Contar boas histórias é uma premissa importante para estabelecer relações reais com os públicos que precisam ser impactados. As políticas públicas precisam cada vez mais ganhar rostos, nomes e sobrenomes, mostrando o que, na prática, elas promovem de transformação social e impacto concreto na vida dos cidadãos, já que é para isso que elas são construídas.

Desse modo, não há como fugir da prática do mapeamento de histórias reais, de modo que os dados e os números acabem, no final do dia, contando histórias de pessoas e traduzindo de fato a realidade delas e como suas vidas estão sendo melhoradas. O investimento nesse tipo de ação permite com que os cidadãos e até mesmo os jornalistas, que terão contato com os materiais, se sensibilizem e consigam, a partir desses relatos, contarem essas histórias com mais propriedade e conhecimento.

Essas práticas têm sido amplamente difundidas, não apenas entre os veículos de imprensa, mas novamente, entre outros canais de comunicação utilizados pela área de assessoria de imprensa para impactar a população. Se faz fundamental, portanto, que o trabalho em torno disso vise, principalmente, um mapeamento constante e permanente de personagens, pessoas e

histórias reais que poderão traduzir todas essas iniciativas. Uma grande oportunidade de ampliar o impacto dessas políticas públicas.

- Amplo acesso à informação e democratização dos dados aproxima o Governo dos jornalistas e da população

É importante que a comunicação pública entenda cada vez mais a importância da democratização da informação e dos dados, principalmente em tempos de tanto acesso, internet, tecnologia e ferramentas que permitem rastrear e mapear esse tipo de conteúdo. A inteligência artificial tem sido também instrumento desse tipo de ação. Por isso, é fundamental que o Governo do Paraná saia na frente, sinalizando sua postura com relação ao amplo acesso às informações e aos dados disponíveis e gerados na área da saúde pública.

A oferta desse tipo de serviço, ou seja, dessa ação por parte das áreas de comunicação pública são acenos importantes no sentido de deixar claro o quanto o governo paranaense está implicado com práticas democráticas envolvendo os dados e as informações. Isso não é apenas simpático aos olhos dos veículos de imprensa e da população, mas permite a geração de conhecimento e de debates mais qualificados em torno dos problemas enfrentados na área da saúde pública.

IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS À IMAGEM:

- Combate às fakenews e desinformação

Este tem sido um desafio permanente das áreas de comunicação, sobretudo das áreas de comunicação pública na medida em que a desinformação e as fakenews colocam em xeque a eficácia dessas políticas. Na área da saúde é ainda pior: colocam em risco a vida das pessoas de maneira muito preocupante. Criar canais e estratégias de combate a esse tipo de prática é essencial para que a sociedade seja corretamente impactada sobre as ações do Governo do Estado do Paraná e, principalmente, sobre dados e números que indiquem de maneira verdadeira quais os caminhos e soluções que têm sido adotados pelo governo estadual para o combate de epidemias e crises na área.

Utilizar os dados para gerar informação e conteúdos que gerem a confiança da população é fundamental. Principalmente depois do vivido com a pandemia da COVID, marcada por uma guerra de narrativas e de informações, que deixou muita gente mal informado e colocando sua saúde e dos demais em risco.

A Assessoria de Imprensa e Comunicação tem de estar extremamente atenta a essas práticas, que podem colocar em risco todo o plano estratégico de diálogo com a população e os veículos de imprensa. Fundamental que haja uma equipe dedicada ao acompanhamento da propagação desses dados e informações a fim de evitar que eles ganhem espaço. A fakenews não tem compromisso com a verdade, ao contrário. Por isso ela tem um potencial muito maior de ganhar a atenção das pessoas, por meio de histórias fantásticas e teorias que chamam a atenção das pessoas.

- Uso dos dados para recortes negativos e críticas às políticas públicas de saúde

A propagação de informações confere mais espaço às políticas públicas e iniciativas, mas também pode promover um celeiro de críticas e questionamentos em torno de determinadas ações. Os dados, as análises, balanços e leituras são muito diversos, por isso é fundamental que a equipe de Comunicação da Secretaria de Saúde do Paraná esteja atenta em: promover o acesso a esses dados e informações, mas garantindo que os jornalistas e veículos de imprensa contem com técnicos e suporte necessários para a leitura correta desses índices.

Isso é essencial para a garantia, novamente, de uma informação correta para a sociedade que, a depender da forma que é impactada, pode distorcer uma realidade, desqualificar um programa ou mesmo ser agente de propagação de informações equivocadas. A Comunicação deve garantir, assim, que a Pasta conte com hubs proprietários de informação e propagação de notícias, usando dados, recortes e números de maneira correta e consciente.

- Números que não traduzem a realidade podem se transformar em inimigos das práticas de saúde pública

Números, recortes e balanços se bem utilizados ganham um potencial incrível para o enfrentamento de problemas e o próprio diálogo com a população, conforme exposto acima. No entanto, quando esses dados são utilizados de maneira equivocadas, sem a tradução correta para a sociedade e mesmo para os especialistas do setor, o que poderia ser uma oportunidade se transforma em uma potencial crise de informação, colocado em risco as iniciativas pensadas para o setor.

Assim, a comunicação tem um papel essencial no trato dessas informações, na geração de textos, ganchos, leads e abordagens que consigam, primeiramente, mitigar qualquer risco de leituras equivocadas. E, de outro lado, garantir que essas informações cheguem até as pessoas gerando conhecimento e prestando serviços, foco principal do trabalho de comunicação pública.

Para isso, é importante a criação de canais específicos para isso e de uma chancela permanente dos técnicos e gestores, a fim de atribuir autoridade e confiança ao que está sendo difundido tanto para a imprensa como diretamente para os cidadãos.

ANÁLISE DE IMAGEM

Data: 01/08/2024

Veículos: Paraná em Pauta/ Bem Paraná/ Rádio Mundi FM

Programas/editoriais: Notícias/ Bem Paraná- Alerta/ Notícias

Títulos das matérias: Inteligência artificial e vacinação estão entre novidades do novo ano letivo na rede estadual do Paraná/ Em seis meses, Paraná registrou quase 10 vezes mais casos de coqueluche que em todo 2023/ Vacinação será realizada nas escolas

Regiões: Curitiba/ Curitiba/ Curitiba

Veiculações: Positiva/ Negativa/ Positiva

Análises

Matéria veiculada na TV Paraná fala sobre o início do ano letivo e a parceria entre a Secretaria de Educação do Estado e a Secretaria da Saúde do Paraná, que estão atuando em parceria para ampliar a cobertura vacinal dos estudantes da rede pública. O mesmo assunto é trazido na fala da locutora da Rádio Mundi FM.

Já o site Bem Paraná, publica matéria falando sobre o aumento nos casos de coqueluche no Estado e destaca o esforço conjunto que o Governo do Estado e setor privados estão fazendo ao conversarem sobre medidas de atendimento e prevenção da doença, que registrou um óbito.

Pontos Positivos

Nas matérias sobre a parceria entre as secretarias de Educação e Saúde o conteúdo é apresentado de forma bastante positiva e comemora ações implementadas pelo Governo do Paraná para melhor atender estudantes e famílias na rede estadual de ensino.

Embora seja um período de retorno às aulas e de destaque para as questões educacionais, o tema vacinação entra com uma preocupação que precisa ser incluída na agenda dos pais.

Riscos à Imagem

A forma como o site Bem Paraná descreve o momento de busca por soluções para aumentar a cobertura vacinal e reduzir os casos de coqueluche no Estado é bastante dúbia.

Se por um lado, há uma intenção em mostrar o esforço de buscar soluções, por outro, traz uma avaliação sobre o atraso na preocupação. Os casos já ultrapassam 10x mais do que no último ano.

Sugestões de Estratégias

Passou a ser um movimento comum depois de um período negando a importância da vacinação, verificar famílias inteiras que não renovam suas doses de vacina ou até mesmo que não vacinam seus bebês.

Contudo, coube aos governos, secretarias de saúde e o programa de Saúde da Família trazer novamente a confiança para a população e a comunicação de fatos verdadeiros têm forte influência neste momento.

No caso da coqueluche, doença que foi considerada erradicada do Brasil, o trabalho é voltado para um público bastante específico, mulheres grávidas e crianças até 3 anos de idade. Embora outras faixas etárias possam se infectar, é nesta idade que encontramos os casos de óbito e gravidade.

Diante desta informação, a assessoria de comunicação pode pensar de forma estratégica ações para voltar a informação para os grupos de gestantes e mães com filhos de até 3 anos. Panfletos em locais de atendimento à saúde, cartazes nos centros comunitários, mas principalmente as creches são pontos fortes para essa comunicação.

Os assessores de comunicação podem buscar meios de comunicação mais acessados por esse público, revistas que tratam de infância, como a Revista Crescer, são importantes aliadas para levar a mensagem sobre vacinação e atenção aos sintomas.

Data: 03/08/2024

Veículos: Diário do Noroeste/ Rádio Difusora

Programas/editorias: Cidades/ Notícias

Títulos das matérias: Em Paranavaí, doação de leite materno ajuda bebês internados em UTI neonatal/ Governo inaugura biofábrica

Regiões: Paranavaí/ Curitiba

Veiculações: Neutra/Positiva

Análises

O jornal da cidade de Paranavaí, reflete na Semana Mundial de Aleitamento Materno, celebrada até 7 de agosto, sobre a prática da doação de leite materno para crianças internadas na UTI. A ação colabora, não apenas para o desenvolvimento das crianças, mas atua como prevenção ao aparecimento de doenças e diminui a mortalidade infantil.

Na rádio Difusora o destaque, com entrevista do secretário da Saúde, César Neves, inauguração de fábrica de biofábrica em duas regiões do estado, Foz do Iguaçu no Oeste e Londrina na região Norte.

Pontos Positivos

Entrevista do secretário de Saúde, César Neves, demonstrou conhecimento e continuidade no trabalho de combate às arboviroses, tais como dengue e chikungunya.

Entrevistas de rádio são ferramentas poderosas em locais onde encontramos a população pulverizada no território. Assim, a mensagem consegue chegar até os ouvintes/cidadãos de forma bastante direta, permitindo que não haja a intermediação de fake news, como é possível observar em determinadas redes sociais.

Outro ponto de destaque nesta análise é lembrar do importante trabalho prestado pelo jornal de Paranaíba que lembra da necessidade de doação de leite materno, com dados muito relevantes fornecidos pela Secretaria de Estado da Saúde, SESA.

Riscos à Imagem

Um ponto importante que sempre pode ser ressaltado com os porta-vozes, é o cuidado em não culpabilizar a população, a partir de seu poder local.

Uma vez que o dirigente de saúde, neste caso o secretário, tem o poder de implementar medidas educativas e de proteção da população ou da capacidade de atendimento público é contraproducente salientar que os casos de dengue ocorrem pois a população não toma os cuidados necessários.

É sabido que há uma grande diferença social e de condição de vida entre a população e cabe ao secretário e governo reduzirem este contraste.

Diante disso, é preciso que a assessoria de comunicação esteja atenta a este tipo de postura para evitar possíveis crises.

Sugestões de Estratégias

As constantes epidemias de dengue, chicungunha e outras arboviroses têm desafiado os governos estaduais a criarem estratégias para fortalecerem a prevenção e o combate de vetores da doença.

Diante do desafio, a comunicação assertiva e constante é crucial para conquistar bons resultados no atendimento à população.

No caso deste tipo de doença tropical há muito presente no país, temos que pensar a abordagem em comunicação em partes. A primeira diz respeito à educação e monitoramento dos vetores, isto é, mosquitos, água parada, acúmulo de lixo.

Nesta parte, os governos desenvolvem importantes projetos com escolas para conscientização e podem seguir com o envio de releases constantes para a imprensa, lembrando que se trata de um serviço necessário.

Há, no entanto, uma ação que pode ser trazida para abordar esta questão educacional, a criação de um prêmio que levará reconhecimento para as ideias mais criativas criadas para evitar a proliferação do mosquito.

O prêmio pode ser destinado para Associações Comunitárias que melhor trabalharem o tema na vizinhança. A ideia seria compreender com a população paranaense quais são as medidas que melhor se adequam a cada realidade.

O trabalho da comunicação seria conquistar o espaço na mídia. É possível fazer uma parceria com um canal de televisão, como a Band TV, bastante forte no Estado. E passar a acompanhar as iniciativas que chegam para serem premiadas. Uma série televisiva mostraria cada projeto, entrevistaria moradores e no final, um evento de premiação para as atitudes mais inovadoras.

Data: 04/08/2024

Veículos: Band News FM/ Umuarama Ilustrado

Programas/editorias: Notícias/ Geral

Títulos das matérias: Alunos podem ser vacinados em escolas/ Alunos de escolas do Paraná começam a ser imunizados nesta segunda-feira

Regiões: Curitiba/ Umuarama

Veiculações: Positiva/Positiva

Análises

BandNews FM e Umuarama Ilustrado publicam matérias falam sobre a Campanha de Vacinação "Proteja seu filho em cada fase da vida", criada pela secretaria de Saúde e que será executada em parceria com a Secretaria de Educação do Estado.

Os materiais destacam as doses de vacina disponíveis e acrescentam entrevista com o secretário César Neves, de Saúde.

Pontos Positivos

Na reportagem de rádio chama a atenção a forma didática com que o secretário explica sobre a importância dos envolvimento dos pais e responsáveis para o acompanhamento da vacinação.

O representante público é muito enfático e ao mesmo tempo chama para a responsabilidade os pais de forma serena.

Outro ponto de destaque é a forma com o tema fake news é abordado. Muito importante não negar que há muita desinformação acontecendo e é parte da trajetória de um secretário, no exercício de suas funções, abordar o tema e principalmente combatê-lo.

Riscos à Imagem

Não há risco de imagem nos materiais analisados.

Sugestões de Estratégias

A comunidade escolar formada por pais, professores, estudantes e todo o ecossistema existente ao redor de uma unidade de ensino é muito poderosa. Por isso, é preciso manter meios de comunicação constantes e atualizados com essas pessoas, preferencialmente, considerando as diferenças para cada região, cidade ou até bairro.

É com essa comunidade que a comunicação governamental pode efetivar a distribuição de informações sobre uma campanha de vacinação, ou dados verídicos sobre uma possível epidemia.

O trabalho é longo e precisa ser constante, mas uma maneira de conseguir essa confiança é agendar com os responsáveis das escolas sessões de conversa para conhecer a região de ensino, juntamente com os agentes de saúde. Ambos profissionais têm ricas informações para fornecer.

Cruzando estes dados, será possível que a assessoria de imprensa encontre um canal de comunicação assertivo e voltado para melhor atender a população.

Uma ferramenta eficaz, para além da mensagem certa, é utilizar o meio de comunicação que melhor se encaixa com a realidade das pessoas.

Por exemplo, no caso de uma área metropolitana na cidade de Curitiba, em que grande parte da população circula de ônibus ou transporte público, usar os espaços de comunicação nos ônibus é uma solução para o alcance da mensagem. Cartazes com mensagens sobre período para vacinação, locais e telefone com whatsapp para tirar dúvidas é um encaminhamento positivo.

Outra forma é garantir por meio de push - ferramenta digital que envia mensagem para o celular das pessoas - que a cada tentativa de acessar o wi-fi do transporte público o usuário será lembrado que está em andamento um período de cuidados, com Dengue, por exemplo.

A atuação da comunicação governamental vai muito além da proposta de atendimento da imprensa, ainda que este tipo de ação renda para veículos de comunicação, como por exemplo os que cobrem Propaganda e Marketing que darão espaço para a ação de comunicação pública.

Data: 05/08/2024

Veículos: Indústria e Comércio/ Jornal Correio Notícias/ TV Record

Programas/editoriais: Geral/ Últimas Notícias/ Balanço Geral

Títulos das matérias: Governo reforça campanha de vacinação nas escolas do Paraná/ Unidades Básicas de Saúde do Paraná registram aumento nos casos de diabetes e hipertensão/ Em um ano, número de vasectomias realizadas no PR aumentou 97%

Regiões: Curitiba/ Curitiba/ Curitiba

Veiculações: Positiva/ Negativa/Positiva

Análises

Estudantes das escolas estaduais e municipais do Paraná tiveram acesso à vacinação nas escolas, no início do ano letivo. O Governo do Estado criou uma força-tarefa unindo as secretarias da Educação (Seed) e da Saúde (Sesa) para ampliar a cobertura vacinal de crianças e adolescentes no estado.

No Balanço Geral, destaque para o levantamento sobre o aumento nas cirurgias de vasectomia no Estado. O jornal lembra que é parte do atendimento SUS oferecer o serviço nos hospitais públicos do Paraná.

Aumento nos casos de hipertensão e diabetes é tema do material jornalístico veiculado no Jornal Correio Notícias.

Pontos Positivos

A campanha de vacinação continua com forte espaço na mídia. O que é bastante importante, já que há um esforço dos órgãos de imprensa para reduzirem os casos de fake news sobre vacinação.

A matéria sobre aumento dos casos de hipertensão, embora seja negativa para a saúde do município, traz um ponto importante sobre a transparência dos dados e o alerta feito por meio da divulgação do release para os meios de imprensa.

É muito significativo observar a cultura do cuidado que o Governo do Paraná implementa ao falar de saúde do homem especificamente. Uma população que tem dificuldade em buscar ajuda clínica.

Riscos à Imagem

As reportagens veiculadas pela TV Record no programa Balanço Geral tem tido, cada dia mais, um perfil sensacionalista e dúbio, que geram muitas dúvidas, piadas e memes.

A matéria sobre aumento no número de vasectomias, no entanto, trabalha de forma séria o tema até o comentário do apresentador, que reduz a relevância do alcance da informação, citando “número curioso de 97% de aumento”. A forma citada faz parecer que há uma mentira no tratamento da informação ou até que o trabalho de oferecer a cirurgia gratuitamente pelo SUS não é adequado.

Sugestões de Estratégias

O trabalho da assessoria de comunicação é simplificar o acesso à informação pública. No caso do alcance da assessoria governamental o objetivo se divide em diversos outros acertos,

como por exemplo influenciar as pessoas a conhecerem mais sobre seus direitos e deveres, aprimorar o entendimento sobre cidadania e até mesmo modificar a cultura das pessoas.

Quando o assunto é sobre a saúde do homem, por exemplo, São Paulo tem bons exemplos sobre como evoluir nestas ações com investimento constante no envio de pautas nos meios de comunicação tradicionais, algo que pode ser replicado para praças diferentes.

O projeto do Hospital do Homem, localizado na cidade de São Paulo, trouxe para a pauta os cuidados com a saúde masculina em 2007. À época, o sistema de saúde não cobria vasectomias, e diversos procedimentos eram marcados por estereótipos, como o exame de próstata e os cirúrgicos na área de urologia.

O posicionamento sobre os temas relacionados à saúde do homem passaram a ser constantes nas reuniões de pautas de grandes redações, como a TV Globo, sempre incentivado por uma forte aproximação com a chefia de pauta dos jornais locais.

A realização de uma grande cirurgia, inteiramente usando um robô computadorizado e que reduziu o tempo de recuperação do paciente que antes era de meses em algumas horas, representou uma mudança no atendimento à imprensa. O tema ganhou amplitude nacional e o conteúdo relacionado ao cuidado antes de ser necessário procedimento cirúrgico e a possibilidade de acompanhamento prévio começou a ser mais fortemente divulgado.

Não há números indicando o crescimento nos atendimentos a partir do aumento das matérias jornalísticas conquistadas, mas é de conhecimento público o quanto a discussão sobre saúde masculina e procedimentos relacionados aos homens, como a vasectomia, ficou mais presente no dia a dia das pessoas.

Data: 06/08/2024

Veículos: Rádio Cidade do Paraná/ Diário do Litoral/ Tribuna do Norte

Programas/editoriais: Notícias/ Geral/ Saúde

Títulos das matérias: Vacinação em escolas começa/ Especialista destaca a Semana de Enfrentamento e Conscientização à DPOC, à Asma e ao Tabagismo/ Mortes prematuras por diabetes gera alerta na saúde do Paraná

Regiões: Curitiba/ Litoral/ Norte do Paraná

Veiculações: Positiva/ Negativa/Neutra

Análises

A Rádio Cidade do Paraná noticia a força-tarefa de atualização da carteira vacinal de alunos do Paraná. No jornal Diário do Litoral há um destaque com informações sobre uma palestra realizada pela doutora Lêda Maria Rabelo, para marcar a data em que se lembra sobre

enfrentamento e conscientização a DPOC, Asma e o Tabagismo. A matéria relata a falta de medicamento para Asma grave no Estado e a busca de alguns deputados para resolver a questão, junto a Secretaria de Estado da Saúde do Paraná.

Na versão impressa do jornal Tribuna do Norte é publicada pesquisa realizada pela SESA, com dados sobre o aumento das mortes por diabetes no estado. O material ocupa uma página inteira do jornal.

Pontos Positivos

Interessante quando órgãos públicos produzem dados capazes de orientar debates científicos ou leigos, como é o caso da pesquisa sobre morte prematura por diabetes.

Uma doença muito comum e presente em quase todos os lares brasileiros e que pode ser evitada com alimentação adequada e atividade física. Isto dá uma importância para a Pasta que ultrapassa o cuidado diário com a saúde das pessoas, mas também como uma formadora de informação de qualidade, trazendo relevância para o órgão público.

Uma vez doente, o cidadão no Brasil tem direito ao acesso à saúde de qualidade. Mas, tendo um governo que informa sobre prevenção e cuidado, é possível que a pessoa previna a doença, evitando as filas e a queda na qualidade do atendimento SUS.

Riscos à Imagem

A Semana de Enfrentamento e Conscientização à DPOC, à Asma e ao Tabagismo dá abertura para que um tema muito sensível seja trazido à tona: a entrega e distribuição de medicamentos de alto custo.

Os medicamentos de alto custo são uma modalidade de entrega garantida pelo SUS e que geram muitas ações judiciais e pedidos de distribuição de remédios variados. No entanto, exige um protocolo nacional para DPOC e Asma e a assessoria de imprensa do governo deve estar muito ciente do assunto. Apenas desta forma será possível dialogar com as redações e solicitar alterações em conteúdo como o do evento de enfrentamento, que no final faz uma grande crítica ao trabalho da Sesa.

Sugestões de Estratégias

A epidemia causada por doenças como a diabetes e a hipertensão tem um fundo altamente conhecido, a mudança na alimentação e nos hábitos saudáveis das famílias.

Por isso, caberá à comunicação institucional chefiar uma campanha de comunicação por hábitos saudáveis. A campanha terá diversas fases. A primeira será parte do Dia do Desafio, atitude mundial para promover um dia de atividade física em que as cidades do mundo disputam qual delas permanece por tempo em atividade.

O Dia do Desafio será o ponto de partida para tratar a questão da prevenção, com releases e informações sobre a disputa, o tema de saúde e prevenção entrará na pauta da imprensa. Concomitantemente a entrega desta informação nas editorias de saúde, cidades e esportes. A Secretaria de Estado da Saúde enviará para as principais redações de jornais do país e programas voltados para o atendimento em saúde uma pesquisa que apontará os mais recentes dados sobre diabetes, obesidade e hipertensão. Especialistas da Sesa já terão sido selecionados e estarão pautados para falar em TVs e rádios de alcance nacional.

Com o assunto sendo amplamente coberto pela imprensa, será necessário observar as redes sociais, saber como ela está se comportando e tentar administrar a narrativa por meio de perfis de especialistas que tenham grande alcance.

Esses perfis de médicos, enfermeiras e influenciadores previamente selecionados darão o tom sobre a saúde coletiva, prática de exercícios físicos e doenças.

Data: 08/08/2024

Veículos: Rádio Ouro Verde/ SBT/ TV Globo

Programas/editorias: Notícias/ Tá na Hora Paraná/ Boa Noite Paraná

Títulos das matérias: Situação da febre amarela é discutida/ Hemonúcleo de Ponta Grossa faz apelo por doação de sangue/ Curitiba e Londrina estão sem vagas de UTI Neonatal

Regiões: Curitiba/ Ponta Grossa/Curitiba

Veiculações: Neutra/Positiva/ Negativa

Análises

A Rádio Ouro Verde divulga, na voz no jornalista, informação sobre a atividade entre os estados do Sul e Sudeste do Brasil para discutir a Febre Amarela, desde vacinação, até ações de prevenção para os corredores ecológicos, existentes entre os estados.

Matéria do programa Tá Na Hora de serviço no SBT faz apelo para a população de Ponta Grossa comparecer ao Hemonúcleo de Ponta Grossa para doarem sangue, principalmente os tipos O negativo e A negativo. Para tentar reverter essa situação, o local está fazendo um chamado para que doadores compareçam e ajudem a repor os estoques.

Falta de vagas em UTI Neonatal é tema de uma matéria no programa Boa Noite Paraná da TV Globo. Uma recém-nascida em Maringá aguarda vaga em hospitais públicos de Londrina ou Curitiba por uma cirurgia no coração.

Pontos Positivos

A movimentação de hemonúcleos em todo o país em busca por doação de sangue é um tema que mostra proatividade por parte dos governos estaduais e municipais. A doação de

sangue é um ato voluntário dos cidadãos, mas deve ser incentivada por meio de políticas públicas de comunicação.

Por isso, quando analisamos a matéria de serviço veiculada no programa Tá na Hora do SBT é possível afirmar que para a Sesa há um benefício comunicacional diante da postura preocupada apresentada pela gestão do Hemocentro de Ponta Grossa.

Riscos à Imagem

Um tema recorrente no atendimento público em saúde é a falta de leito especializado em hospitais de alta complexidade, como é relatado no na matéria do Boa Noite Paraná.

Embora seja um problema recorrente no Sistema Público de Saúde em todo o Brasil, é de fato sintomático, que em um Estado com altos índices de arrecadação, apenas duas cidades oferecem o tratamento cardiopático necessário para um recém nascido.

O posicionamento da assessoria, feito por meio de nota, ficou fraco e até mesmo insensível diante do problema da família que precisou buscar ajuda na justiça.

Outro problema que pode ser ruim do ponto de vista comunicacional é justamente a judicialização de questões de saúde. O número de processos é imenso e vão desde a distribuição de remédios até a busca por leitos, mostrando que o sistema comete falhas graves.

Sugestões de Estratégias

Em 2024, uma ação da cantora Ludmila ganhou muito destaque e fez com que hemocentros em diversas cidades ficassem lotados. Ela ofereceu ingressos de seu show para quem fosse doar sangue.

Uma artista com fãs fanáticos pode ser um atrativo interessante para dar espaço para uma causa nobre. E a comunicação do Governo do Paraná pode ser uma incentivadora na criação de pautas que reafirmem a importância na doação de sangue, como, por exemplo, usar as festas regionais.

O Paraná é muito rico em comemorações regionais, como a Munchen Fest em Ponta Grossa. Em uma edição do evento, quando a imprensa fica bastante focada em anunciar as atrações e expor o que a feira irá trazer de interessante, pode-se preparar um release que traga como proposta do evento, a doação de 1% do que for arrecadado para ações do hemocentro da cidade. O conteúdo que será distribuído para a imprensa trará essa retransmissão em toda a programação e os entrevistados que falarão sobre o evento na TV devem ter como regra citar a parceria para a arrecadação de dinheiro.

Durante o show, os cantores convidados podem ser orientados a realizarem um momento que funcionará como um viral nas redes sociais. Colocar toda a plateia para falar bem

alto “doe sangue”. Imagens de áreas feitas com drone e depoimentos de doadores podem ser parte deste material que deve ganhar espaço com o uso de uma #doesangue.

Data: 15/08 /2024

Veículos: Agência de Notícias/ g1/ Bem Paraná

Programas/editorias: Notícias/ Curitiba/ Geral/Últimas Notícias

Títulos das matérias: Campanha de vacinação nas escolas do Paraná é prorrogada até 31 de agosto; veja como vai funcionar/ Campanha de vacinação nas escolas do Paraná é prorrogada até 31 de agosto; veja como vai funcionar/ Paraná está em alerta para a Mpox e a febre Oropouche

Regiões: Curitiba/Curitiba/Curitiba

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva

Análises

Release divulgado pela assessoria de imprensa do Governo do Paraná reforça a necessidade de levar o estudante em idade escolar à atualizar sua carteirinha de vacinação. A Campanha que reúne em parceria a Secretaria de Educação e de Saúde do Estado tem data prorrogada para ampliar a cobertura vacinal.

Já o site Bem Paraná alerta para os perigos das doenças Mpox e febre Oropouche, falando um pouco do número de casos registrados.

Pontos Positivos

Campanhas de vacinação são marcos importantes e altamente reconhecidos pela organização ampla e o alcance relevante que o Brasil conquistou com essa política.

Por isso, a força-tarefa para vacinação das crianças no Paraná é muito positiva para a Sesa e toda a equipe organizadora da política de imunização.

O país e o mundo passaram por um momento de muitas dúvidas sobre a vacinação e a importância na prevenção, mas em um país com alto índice de desigualdade, algumas doenças atingem mais determinada população do que outro, por isso, a Sesa exerce corretamente seu papel de órgão público ao informar e facilitar para a população o acesso às vacinas.

Riscos à Imagem

Temos que considerar que o avanço de doenças no território do Paraná é algo que inspira cuidados na gestão. Já a comunicação deve estar atenta ao como as mensagens sobre avanço de enfermidades estão sendo repassadas para a população.

Houve um tempo em que o medo pela propagação da febre amarela fez com que pessoas adquirissem febre amarela vacinal, isto é, tomando doses a mais da vacina, a doença se

desenvolveu. Por isso, é importante estar atento ao trabalho dos jornalistas na hora da checagem e verificação dos fatos. Além da conferência dos dados, o tom dado a mensagem precisa estar no radar da assessoria de imprensa.

Principalmente se tratando de doenças ainda sem cura ou prevenção conhecidas. Isto tudo pode gerar mais pânico na população.

Sugestões de Estratégias

Uma função importante da assessoria de imprensa e que não rende retornos de imagem é o de evitar publicações indevidas ou até mesmo, modificar equívocos cometidos pelos órgãos de imprensa.

Em geral, computamos as aparições mensurando entre positivas, negativas e neutras e a partir daí são sugeridas ações referentes ao trabalho da equipe de comunicação.

Mas a assessoria de imprensa do Governo do Paraná pode criar um mecanismo de Monitoramento de Mídia, ou o que pode ser chamado de “retorno de contato” ou pushback. O termo tentará definir uma ação a de redução de informações equivocadas, confusas ou não checadas que poderão estar circulando entre a população.

Sabemos que quando o assunto é saúde, as fake news ganham um terreno fértil para proliferar informações erradas ou lendas sobre tratamentos, prevenção e tantas outras coisas.

A proposta de atuação aqui é Implementar um sistema de monitoramento de mídia para identificar rapidamente a disseminação de fake news. Isso permitirá uma resposta ágil e direcionada, que pode ter um texto pré-produzido em forma de nota e que deve ser enviado ao veículo de comunicação que trouxe a notícia equivocada. Outro ponto importante é ter a resposta no site da Sesa, desmentindo a informação equivocada e trazendo os dados corretos. Assim, a população saberá onde acessar em caso de dúvidas.

Data: 23/08/2024

Veículos: Portal Foz do Iguaçu/Jornal da Manhã/TV Bandeirantes

Programas/editoriais: Geral/ Capa/ Jornal da Manhã

Títulos das matérias: Liberação de mosquitos que combatem a dengue começa pelo Jardim Panorama/Governador libera verba para obras e equipamentos/Paraná tem terceira menor taxa de mortalidade infantil no Brasil

Regiões: Foz do Iguaçu/ Ponta Grossa/ Curitiba

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva

Análises

No site Portal Foz do Iguaçu o destaque é para a matéria sobre as liberações dos mosquitos *Aedes aegypti* com Wolbachia, que ocorrem em todo estado do Paraná, com o acompanhamento dos agentes do Centro de Zoonoses. A ação tem a finalidade de controlar a população do mosquito transmissor da Dengue, Chikungunya e Zica.

Liberação de verba para a compra de equipamentos e obras em hospitais e escolas públicas do Paraná vira chamada de capa para uma matéria de uma página sobre os locais em que as verbas serão alocadas no jornal impresso, Jornal da Manhã de Ponta Grossa.

Dados divulgados pelo IBGE colocam o Paraná com um dos estados brasileiros com uma das menores taxas de mortalidade infantil do país, a TV Bandeirantes noticiou a informação, trazendo um jornalista analisando os dados, juntamente com o apresentador.

Pontos Positivos

O setor de comunicação pode explorar a pesquisa divulgada pelo IBGE de forma muito consistente. Mostrando o 'COMO'. A redução dos índices de taxa de mortalidade infantil é uma realidade para todos os estados do país, mas as práticas que cada um adotou são únicas.

A assessoria de comunicação pode buscar casos interessantes sobre cuidado com mulheres e bebês e divulgar os personagens que levaram o estado a assumir essa posição de destaque.

Riscos à Imagem

O combate ao mosquito *Aedes* é uma luta muito importante para reduzir os casos graves de Zica, Chikungunya e dengue que, ano a ano, vitimizam mais pessoas e principalmente as periféricas e com menos acesso ao sistema de saúde.

Contudo, é muito necessário o cuidado com a comunicação dessas medidas. Qualquer passo em falso pode significar um retrocesso de anos, como foi visto com a vacinação em massa e o retorno de doenças como a coqueluche.

Diante disto, a parceria entre a World Mosquito Program (WMP), Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), Ministério da Saúde, Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, Governo do Estado do Paraná e Itaipu Binacional, precisa ser melhor explicada nos materiais jornalísticos. Com releases mais robustos e entrevistas de especialistas.

Sugestões de Estratégias

O uso das redes sociais como uma ferramenta para criar conexão com a população já foi amplamente discutido e monitorado. Mas para a comunicação pública esta ainda é uma linguagem que causa dúvidas e principalmente pouca conexão com os cidadãos, mesmo o Brasil tendo um dos maiores índices de usuários que permanecem no celular.

Por isso, um bom espaço para ser utilizado pela Sesa está nas redes sociais, com o apoio de influencers conhecidos na área da saúde e que preferencialmente utilizem a linguagem da população paranaense, com regionalismo linguísticos únicos, como o Piá (menino), muito presente em determinadas regiões do Estado.

Uma ação, pensando em um grande nome de influência, seria chamar o Dr. Dráuzio Varela para estar em um vídeo, com um paranaense morador da região de Guarapuava, outro de Londrina e um terceiro de Foz do Iguaçu para conversar sobre os medos e preocupações de cada região com a Mpox.

Um roteiro estruturado com tiradas divertidas com a linguagem de cada lugar e uma fala do médico que tranquilize e oriente a população sobre prevenção e a real situação da doença no estado e no Brasil.

O vídeo deve ser curto e pode ter mais de uma versão, com peças de comunicação que fortaleçam a imagem da Sesa e da Secretaria de Comunicação do Estado. Neste caso, o monitoramento será essencial para identificar a eficácia do trabalho.

Data: 30/08/2024

Veículos: TV Globo/ CBN/ BandNews FM

Programas/editoriais: Meio Dia Paraná/ Notícias / Última Notícias

Títulos das matérias: Bebê de 5 meses morre por coqueluche em Curitiba/ SESA investiga caso de febre oropuche/Casos de coqueluche aumentam mais de 2000% em 4 anos

Regiões: Curitiba/Curitiba/ Curitiba

Veiculações: Negativo/Negativo/Negativo

Análises

Matérias veiculadas na TV Globo e BandNews FM tratam de casos de coqueluche e confirmam morte de bebê de 5 meses e o registro do aumento de casos em 2000% em quatro anos. A matéria televisiva dura 6 minutos, o extenso material mostra todo o caso e publica também a entrevista de um porta-voz da Sesa, além de fazer um serviço informando sobre sintomas.

Na rádio CBN o destaque é para a investigação da febre Oropuche. Segundo a matéria, o caso foi notificado no Paraná, mas a infecção teria ocorrido em Santa Catarina.

Pontos Positivos

O oferecimento das vacinas e a disponibilização de um porta-voz para falar em um caso que não agrega a imagem da Pasta é muito importante.

Do ponto de vista comunicacional, é muito relevante ter um porta-voz capaz de falar a mensagem, principalmente na televisão, espaço muito assistido e com a oportunidade de trazer uma mensagem clara e bem organizada.

Riscos à Imagem

Todos os materiais trazem risco à imagem do estado. Tanto internamente, para a população local que pode até se sentir em pânico com informações equivocadas até mesmo para fora do estado e país. O Paraná é um pólo turístico para o turismo de aventura e tem em cidades como Foz do Iguaçu belezas naturais mundialmente conhecidas.

Cabe à assessoria de imprensa dar uma atenção especial aos materiais sobre febre Oropuche, que tem diferenciais importantes em relação às doenças já conhecidas como dengue e zica.

Sugestões de Estratégias

Depois da epidemia de Covid em 2020, quando o mundo todo parou, ficou difícil de lembrar de outras situações parecidas, mas em 2009 o mundo todo passou por uma situação muito parecida, com a crise do H1N1 e boa parte da população brasileiro só teve acesso às informações sobre a doença quando os casos já estavam sendo transmitidos no país.

Este é um erro importante, que na Covid não foi cometido. Muito se falava na imprensa sobre a doença antes mesmo de ter casos autóctones e é aí que entra a importância de um plano de comunicação de crise sanitária bem estruturado.

A gestão pública deve estar muito consciente sobre a verdadeira onda de doença que pode surgir, alinhar as comunicações com órgãos internacionais como a OMS - Organização Mundial de Saúde e programar, junto às redações, horários de envio de boletins sobre a situação. Um canal único, para que não haja transmissão confusa ou mal interpretada.

Um plano de comunicação precisa contar com pessoas de alto escalão para que as decisões sejam repassadas e anunciadas de forma rápida e com muita assertividade. Nada pode ser dúbio. Por isso, um porta-voz bem preparado, com bom treino e circulação na grande imprensa será muito importante.

Em 2009, com a ajuda do infectologista David Uip as entrevistas e os dados e cuidados circularam de forma a informar às pessoas, o que rendeu um prêmio nacional em comunicação para o case sobre a abordagem do evento por parte da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo.

O envio de notas frequentes e a presença do porta-voz qualificado foram grandes diferenciais.

Data: 01/09/2024

Veículos: Gazeta do Paraná/ A Gazeta Metropolitana

Programas/editorias: Geral/ Notícias

Títulos das matérias: De cada 100 pessoas com mais de 18 anos, cerca de 14 são fumantes no Estado do Paraná/ Com 1,5 mil casos no Samu em 2024, Saúde dá dicas sobre engasgos de bebês e crianças

Regiões: Curitiba/ Curitiba

Veiculações: Positiva/Positiva

Análises

A Gazeta do Paraná publicou matéria sobre ações de prevenção ao tabagismo e citou o Programa Estadual para Controle do Tabagismo, que em 2024 marcou a data de prevenção com o tema “Tabagismo – os danos para a gestação do bebê”, a reportagem tem aspas do secretário da saúde, César Neves.

Já o jornal Gazeta Metropolitana fala sobre os cuidados que as famílias precisam ter para evitar engasgos de bebês e crianças pequenas. Com entrevista de especialistas e dados sobre os acidentes, o material sugere a leitura de um manual disponibilizado pela Sesa para conhecer mais sobre o assunto.

Pontos Positivos

Ambos os materiais são positivos e trazem destaques relevantes para a estratégia de comunicação do Governo do Paraná.

A estratégia de utilizar um tema para lembrar do Dia Nacional de Combate ao Fumo é muito interessante para a comunicação, gerando demanda para imprensa e conseguindo atingir as pessoas com uma proposta que choca a primeira vista, o fumo entre gestantes. Embora a matéria não apresente nenhum dado que sugira que os casos de fumantes durante a gestação seja grande, é notória a postura popular sobre as exigências estabelecidas para mulheres grávidas. Portanto, falar sobre fumo na gestação suscita discussão e opiniões distintas, o que é benéfico para trazer a pauta para o dia a dia das pessoas.

A reportagem da Gazeta Metropolitana é ainda mais completa e identifica profissionais que estão sendo capacitados para atender situações de risco no atendimento de crianças e bebês engasgados na cidade de Ponta Grossa.

A lista de cuidados que as pessoas podem adotar em situações de engasgo deixa o material ainda mais interessante e completo.

Riscos à Imagem

Neste material não foi observado nenhum risco à imagem do Governo do Paraná ou mesmo à Secretaria de Estado da Saúde.

Sugestões de Estratégias

A cooperação com especialistas em saúde é uma estratégia poderosa para educar a população sobre a prevenção de doenças transmitidas por mosquitos. Para isso, pode-se desenvolver uma campanha de comunicação eficaz que utilize essa cooperação para falar sobre saúde, informando a população sobre a prevenção de doenças transmitidas por mosquitos, como dengue, zika e chikungunya, desmentindo mitos e esclarecendo dúvidas.

Ações como a criação de webinars e eventos ao vivo, com transmissão pelas redes sociais do governo, poderão trazer informações capazes de desmistificar informações erradas e fornecer orientações práticas, contribuindo para a saúde pública e o bem-estar da comunidade.

Um ponto importante que precisa ser considerado para o desenvolvimento deste plano de comunicação está na escolha dos influenciadores, não haverá credibilidade se o profissional não for bem escolhido ou se não tiver a linguagem necessária para a mídia.

Data: 03/09/2024

Veículos: TV Record/ TV Bandeirantes/ Correio do Cidadão/ TV Globo

Programas/editoriais: Ric Notícias (Oeste)/ Tribuna da Massa/ Guia/ Meio Dia Paraná

Títulos das matérias: Justiça do PR determina que Estado solucione problema de pacientes que aguardam leitos/ Estudo da UEM analisou políticas públicas contra a tuberculose/ Aumenta procura dos homens na APS/ Paraná confirma 16 casos de varíola dos macacos

Regiões: Cascavel/ Maringá/ Guarapuava/ Curitiba

Veiculações: Negativa/Neutra/ Positiva/ Negativa

Análises

O jornal RIC Notícias que é transmitido na região de Cascavel relata que a justiça acatou o pedido do MP para que os pacientes atendidos pelo SUS no Paraná consigam ter acesso a leitos nos hospitais. Já no jornal Tribuna da Massa, a notícia foi sobre uma pesquisa sobre a tuberculose, uma doença perigosa e muito conhecida, mas que tem sido diagnosticada entre pessoas jovens. A reportagem mostra um rapaz em tratamento e lembra que tem vacina disponível no SUS para prevenção.

A reportagem do Correio do Cidadão de Guarapuava comemora o levantamento feito pela Sesa que apontou aumento no número de homens que buscam o sistema de saúde para serem atendidos preventivamente, segundo entrevistada, historicamente os homens não buscam atendimento médico.

Por último, matéria do Meio Dia Paraná fala sobre as orientações da OMS sobre a MPox.

Pontos Positivos

As pesquisas e levantamentos da Sesa merecem um destaque positivo. Munir a imprensa de dados oficiais é uma excelente ação já que atua em dois pontos cruciais para a comunicação pública: transparência e networking.

As redações de veículos de imprensa estão ficando cada dia mais jovens e menos robustas, por isso, levar a informação correta passou a ser também um trabalho do comunicador público que precisa estar por dentro de quem são os jornalistas que estão cobrindo o assunto saúde.

Riscos à Imagem

É bastante ruim a questão da falta de leitos para o atendimento SUS no Estado. Não há nada que a comunicação possa fazer neste caso que melhore a imagem do Sistema de Saúde e do Governo, a não ser noticiar os encaminhamentos que a gestão dá para os casos.

Quando o assunto vai para a justiça a comunicação perde mais uma jurisprudência, pois a notícia poderá chegar à redação por meio da decisão judicial, do Ministério Público, da população e dos hospitais, que, na maioria das vezes, estão trabalhando com vagas limitadas e também reclamam da falta de condições.

O comunicador público neste caso precisa ter um excelente relacionamento com a mídia, a ponta de poder perguntar sobre futuras matérias antes da publicação e assim, tentar apaziguar os ânimos com medidas de informação rápidas.

Sugestões de Estratégias

Um caminho para propagar uma informação é fazer uso das transmissoras de rádio. O Paraná é um estado com muitas cidades com pequeno número de habitantes e zonas rurais bastante vastas. Esta população pode ter acesso com maior facilidade as informações por ondas de rádio.

Para a assessoria de imprensa encontrar um campo fértil na distribuição de conteúdos será necessário levantar os veículos de comunicação mais ouvidos em cada região. Com uma lista em mãos, um representante da Secretaria de Comunicação do Estado poderá fazer visitas às redações, conhecendo os espaços jornalísticos e os principais apresentadores.

As rádios no interior tem uma força política enorme e grande entrada nas comunidades. Por isso, conhecer pessoalmente e não virtualmente, os responsáveis é um ponto crucial para o desenvolvimento do trabalho.

Por fim, com o maior número de contatos em mãos, o comunicador poderá traçar planos para informar as pessoas regionalmente sobre os diversos projetos do governo, mas principalmente para transmitir informações pertinentes sobre Campanhas de Vacinação, recorrência de casos de doenças sazonais e anúncio de vagas em concursos, entre tantos outros assuntos altamente pesquisados pela população.

Data: 04/09/2024

Veículos: CBN / CBN

Programas/editorias: Notícias/ Curitiba

Títulos das matérias: Ampliação de cirurgias eletivas/ Vacinação nas escolas é prorrogada no Paraná

Regiões: Cascavél/ Curitiba

Veiculações: Positiva/Neutra

Análises

Duas matérias veiculadas pela rádio CBN são analisadas neste material. A primeira é veiculada na região de Cascavél, com entrevista com o diretor responsável pelo Hospital Universitário, Rafael Muniz, o material fala sobre a ampliação no atendimento de pacientes que buscam cirurgias eletivas.

Segundo o diretor, um contrato com uma empresa terceirizada possibilitará que o Programa Opera Paraná reduza a fila de espera para dois meses, hoje ela passa de um ano em determinadas especialidades.

O segundo material, está no site da CBN de Curitiba e menciona a ampliação no calendário que permite que estudantes sejam vacinados nas escolas estaduais do Paraná. O projeto teve início no início do segundo semestre do ano letivo de 2024 e já aplicou quase 170 mil doses de vacina em crianças e jovens estudantes no estado.

Ponto Positivo

Um porta-voz bem treinado é capaz de traduzir uma mensagem com muita precisão. E foi exatamente o que aconteceu com a entrevista realizada pelo diretor do hospital.

A entrevista dura mais de 8 minutos com detalhes relevantes sobre o tipo de contratação, já que há uma importante mudança no trabalho, com a terceirização da atuação do poder público.

É uma estratégia dos centros de epidemiologia ampliarem os prazos de vacinação de forma a chamar novamente a atenção para a importância do ato. Para a comunicação, também

é uma ótima estratégia já que de forma orgânica é possível conquistar espaço midiático voltado a lembrar a agenda e dar um balanço de alcance das medidas adotadas.

Risco à imagem

O trabalho focado em ampliar o número de atendimentos e redução de filas é muito relevante, mas não o único. Já que o Sistema Único de Saúde está terceirizando a realização de cirurgias de forma a criar um precedente não visto ainda.

Por isso, para além da comemoração em realizar a ação de atendimento, ao longo de um ano, como é diversas vezes frizado pelo entrevistado, também é importante demonstrar que há investimento sendo realizado na estrutura do SUS. O risco à imagem do governo e principalmente da estrutura do Sistema Único de Saúde é eminente, mesmo com diversas mensagens sobre fiscalização dos gastos públicos a dúvida sobre a manutenção de um sistema que visa lucro e não o atendimento das pessoas pode gerar uma crise grave para a imagem do Governo do Estado do Paraná.

Sugestão de Estratégia

A chave para evitar uma crise de imagem é demonstrar claramente que o SUS está sendo fortalecido tanto em sua estrutura quanto em sua capacidade de atendimento, garantindo que as parcerias com a iniciativa privada serão realizadas com responsabilidade e foco no benefício da população, e não no lucro. A transparência, a humanização e o reforço da confiança são elementos fundamentais para essa estratégia de comunicação.

Diante do exposto, uma sugestão de produção de conteúdo passa pela construção de um release com dados que evidenciem a transparência e objetivos da ação. O anúncio desta informação pode ser realizado durante um evento organizado com a função de prestar contas, com a presença de gestores do SUS, especialistas e até pacientes que tenham se beneficiado da melhoria no atendimento. Uma coletiva para imprensa pode estar prevista nesta ação que também poderá ter sua transmissão ao vivo nas redes sociais e em canais de TV locais.

Data: 08/09/2024

Veículos: Rádio Difusora

Programas/editorias: Notícia

Títulos das matérias: Novo ambulatório inaugurado na Santa Casa de Curitiba

Regiões: Curitiba

Veiculações: Positiva

Análise

A Rádio Difusora divulga a entrega de obra do Ambulatório Médico de Especialidades ligado a Universidade Estadual de Ponta Grossa. A estrutura terá capacidade para 13 mil atendimentos ao mês e será voltada para o atendimento dos cidadãos da região dos Campos Gerais.

Em entrevista o secretário César Neves fala sobre o AME ser o primeiro no formato universitário no país e sobre a ampliação do atendimento integrado que será oferecido a partir da implementação da rede do SUS.

Pontos Positivos

Muito boa a matéria e a cobertura de uma visita a uma obra de saúde. A presença dos secretários estaduais da Saúde, Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Infraestrutura e Logística, além do reitor Miguel Sanches Neto da Universidade Estadual de Ponta Grossa demonstra a força e a união da gestão para promover uma atuação pública que melhor solucione as demandas da população.

Por isso, é muito valioso que uma mídia como a Rádio Difusora, com grande alcance, dê destaque para essa união de esforços.

Risco à imagem

É sempre arriscado fazer anúncio em saúde de equipamentos que ainda não prestam serviço à população, isto porque, as reclamações sobre demora e espera devem surgir com rapidez.

Antes de pensar em um evento que reúna pessoas relevantes para a gestão do governo, cabe a assessoria de imprensa fazer um monitoramento dos últimos pedidos da imprensa.

Conhecer bem quais são as necessidades mais urgentes que fizeram com que o governo fosse retratado de forma negativa e cruzar essa informação com o que está sendo levado ou criado é uma forma de prevenir crises e já ter definida uma estratégia de atuação.

Sugestão de estratégia

Um formato que pode ser interessante para a comunicação governamental como todo é organizar um evento que combine um painel de discussão com a inauguração simbólica de uma nova fase do Ambulatório Médico de Especialidades - AME .

O evento pode ter como foco em apresentar como as parcerias interinstitucionais (Secretarias de Saúde, Ciência, Tecnologia, Infraestrutura, etc.) podem criar soluções inovadoras e integradas para problemas da sociedade.

Ao invés de realizar uma coletiva de imprensa, o formato seria mais voltado para uma mesa redonda, com um palco e um tema central que eles pudessem debater, como por exemplo:

“A Saúde Integrada e a Inovação Pública: Como unir diferentes frentes de governo para um atendimento melhor à população”.

Para o debate as TVs seriam convidadas para acompanhar a conversa e seria finalizado com a apresentação de um panorama das ações, dando a transparência e o “furo” da notícia que as equipes de imprensa necessitam.

Após o painel, uma inauguração simbólica do ambulatório ou de alguma ação concreta que será oferecida pela nova estrutura, servirá como um ponto de apoio para imagens dos cinegrafistas.

Data: 09/09/2024

Veículos: Capital da Tilápia/ TV Record/ Gazeta de Toledo

Programas/editorias: Paraná/Balanço Geral/ Geral

Títulos das matérias: Estado formaliza ampliação de plataforma para integração e gestão de dados do SUS/ PR é estado que mais doa órgãos/ Tempo seco: Saúde reforça cuidados necessários com as crianças

Regiões: Curitiba/ Curitiba/ Toledo

Veiculações: Positiva/ Positiva/ Neutra

Análises

Uma reunião técnica da Secretaria de Estado da Saúde (Sesa), em parceria com o Conselho Nacional dos Secretários de Saúde (Conass) foi notícia no site Capital da Tilápia. A matéria falou sobre o esforço entre os órgãos para ampliar a atuação do Centro de Inteligência Estratégica para a Gestão Estadual do SUS (Cieges) e conseguir usar dados para prever medidas para área da saúde do estado.

A TV Record informa sobre o ranking de doação de órgãos, feito pelo Ministério da Saúde e que aponta o Paraná como o estado que mais doa órgãos no Brasil.

Um release sobre cuidados com o tempo seco virou notícia no impresso da cidade de Toledo. O jornal Gazeta de Toledo traz dicas sobre como a população pode ser cuidar e evitar sofrer com a excessiva secura e calor.

Pontos Positivos

As matérias analisadas neste contexto têm um perfil bastante positivo. Mesmo a informação sobre tempo seco não falando diretamente de investimentos públicos é parte do trabalho de comunicação da Sesa preservar o bem estar dos cidadãos e falar sobre cuidados é grande parte deste trabalho.

Outro ponto muito relevante e que não fica bem claro é que o número de doadores de órgãos cresce à medida que a população compreende sobre importância e método para que a entrega de um órgão aconteça. E parte do processo é comunicar às pessoas sobre como funciona para doar. Suscitar este assunto é um trabalho de assessoria de imprensa, gestores de comunicação e de saúde. Algo que o estado vem fazendo já que há um crescimento importante no número de pessoas interessadas em serem doadores.

Riscos à Imagem

O número de 4000 pessoas aguardando na fila para transplante no estado soa uma informação negativa em meio a boa notícia sobre o aumento no número de doadores.

Obviamente é necessário ter pessoas que precisam de órgãos, para que as doações possam ir para alguém. Cabe a assessoria de imprensa entender como a imprensa vai trazer a mensagem e verificar se é possível dar a devida relevância a essa espera. Deixando claro que o processo para saída da lista vai muito além da boa vontade governamental, mas passa também por condições clínicas e emocionais dos pacientes.

Sugestões de Estratégias

Ao comunicar questões relacionadas a doenças é muito necessário a assessoria de comunicação estar bem amparada por um profissional de saúde que seja conhecedor de todos os detalhes técnicos a respeito do problema epidemiológico.

A Sesa dispõe de profissionais especializados em epidemiologia, em geral, são responsáveis por cuidar dos dados e acompanhar o desenvolvimento de possíveis casos de epidemia, tomando as medidas necessárias e comunicando os órgãos de saúde federal e mundial.

Esses comunicados técnicos podem trazer informações muito pertinentes para a comunicação pública, até mesmo, adiantando possíveis problemas com fake news ou viralização de vídeos errôneos que podem gerar pânico.

Diante desta informação, a comunicação da Sesa precisa manter um relacionamento próximo da equipe de epidemiologia, conhecendo bem os porta-vozes e deixando o terreno sempre preparado para conhecer e acompanhar possíveis crises. Um bom projeto de gerenciamento de crise começa muito antes da emergência. Demanda um bom planejamento e preparo constante das equipes.

Data: 12/09/2024

Veículos: TV Record

Programas/editorias: Balanço Geral

Títulos das matérias: Maringá lidera registro de queimadas no Paraná; casos de síndrome respiratórias aumentam 26%

Regiões: Maringá

Veiculações: Negativa

Análise

Chamada ao vivo com repórter da TV Record traz a notícia de que houve um aumento no número de atendimento às síndromes respiratórias, dados registrados nas Unidades de Pronto Atendimento da cidade de Maringá.

Em entrevista, a infectologista local destaca que os grupos mais atingidos pelas mudanças climáticas e as recomendações para que os cuidados sejam dados.

A matéria segue falando sobre o número de incêndios na cidade de Maringá que aumentaram ao longo do ano de 2024.

Pontos Positivos

Não foram indicados pontos positivos no material analisado.

Risco à imagem

Ainda que não haja uma ligação direta de responsabilidade entre a Secretaria de Estado da Saúde e os casos de incêndio que pioram a qualidade do ar na cidade de Maringá, o resultado é óbvio. Com a piora na qualidade do ar é inevitável haver um aumento no número de pessoas doentes, o que superlota os pronto-socorros da cidade e região.

Por isso, a assessoria de comunicação deve ficar atenta ao aumento de informações circulantes sobre falta de atendimento por excesso de procura aos serviços de emergência e acompanhar também os números epidemiológicos, que registram o aumento de casos no setor da saúde.

Sugestão de estratégia

A crise climática é uma realidade e estará, cada vez mais, ligada a causa de problemas de saúde já existentes na população, mas que serão agravados pela falta ou aumento na intensidade de chuvas.

É evidente que a assessoria de imprensa precisa apresentar soluções para trabalhar o gerenciamento de uma crise, no entanto, é preciso lembrar que é possível que a prevenção seja iniciada com pautas propositivas que toquem no assunto de forma estratégica.

Para uma estratégia informativa e conscientizadora será fundamental reunir dados atualizados sobre os impactos das mudanças climáticas na saúde, como o aumento de doenças respiratórias devido à poluição e ao calor excessivo, a propagação de doenças infecciosas

causadas por inundações e tempestades, e o crescimento de doenças transmitidas por vetores, como a dengue, em razão do aumento das temperaturas e das chuvas. Esses dados devem evidenciar os riscos diretos e indiretos para a saúde pública associados às mudanças climáticas.

Como ação, a assessoria de imprensa deve preparar um comunicado de imprensa destacando os impactos, com declarações de autoridades de saúde e recomendações para mitigar os efeitos. Manter sempre organizada um mailing com especialistas do governo, separados por região, para concederem entrevistas e assinarem infográficos simples, que facilitarão a compreensão do público.

Muito importante envolver autoridades de alto escalão como o Governador do Estado que irá fornecer declarações oficiais sobre o tema e as ações que estão sendo tomadas.

Data: 15/09/2024

Veículos: Hoje Maringá/Folha de Londrina/ Capital da Tilápia

Programas/editoriais: Geral/ Últimas Notícias/ Paraná

Títulos das matérias: Hospital da Criança de Maringá será inaugurado nesta segunda-feira, 16/ Paraná tem 110 mil pessoas diagnosticadas com demência/ Residentes passam por imersão no Estado e apresentam propostas em gestão de saúde

Regiões: Maringá/Londrina/ Curitiba

Veiculações: Positiva/Neutra/ Positiva

Análises

A inauguração do Hospital da Criança de Maringá é notícia no jornal local Hoje Maringá e comemora o esforço da prefeitura e do governo estadual em conseguir oferecer esse serviço de alta complexidade à população.

Um levantamento feito pela Sesa aponta que o Paraná tem um alto índice de pessoas sofrendo com doenças senis, principalmente o Alzheimer, conforme publicação da Folha de Londrina.

O último material analisado é o do portal Capital da Tilápia sobre a uma parceria entre as Secretarias de Saúde e Ciência e Tecnologia do Estado que desenvolveram um projeto de residência técnica que tem representado a união de esforços para oferecer o melhor atendimento à população.

Pontos Positivos

O programa de residência é um marco na evolução para a formação de novos médicos e merece um destaque muito grande.

No Brasil, o número de médicos é inferior ao necessário fora dos grandes centros e o Paraná inicia uma mudança nesta questão, quando faz do seu sistema de saúde local para aprendizado, levando médicos a atuarem fora dos grandes centros, ou seja, dando oportunidade para que pequenas cidades tenham serviço de saúde adequado.

Nesta análise, outro ponto muito positivo é o destaque nos jornais regionais. É preciso estar perto do cidadão, e o serviço regional de atendimento à criança em Maringá é um marco para o estado. Assim como a assessoria de imprensa que investiu em focar no atendimento da mídia local, com entrevista e dados sobre a inauguração.

Riscos à Imagem

Neste material não há risco à imagem da Sesa.

Sugestões de Estratégias

Para garantir a excelência na formação de novos médicos, é essencial desenvolver uma estratégia de comunicação capaz de sensibilizar redes de saúde em todo o país, incentivando-as a aprimorar seus processos de formação. Essa ação deve ir além da comunicação tradicional e ser cuidadosamente direcionada para formadores de opinião, líderes em saúde e gestores de instituições que têm influência direta sobre a educação médica. O objetivo é gerar impacto em decisões estratégicas e inspirar melhorias nas práticas de formação de residentes, como as que estão sendo implementadas pelo Governo do Paraná. O programa do Governo do Paraná destaca-se por iniciativas inovadoras, como parcerias com universidades, hospitais-escola e investimentos em programas de residência médica, assegurando que os novos profissionais recebam não apenas conhecimento técnico, mas também uma formação humanizada e voltada para as necessidades da saúde pública. Essa experiência de sucesso deve ser comunicada de maneira estratégica e seletiva, focando em audiências-chave. O primeiro passo, portanto, seria mapear os principais formadores de opinião nas áreas de saúde e educação médica — líderes de universidades, gestores hospitalares, conselhos de medicina e representantes de redes de saúde. Serão produzidos materiais como estudos de caso, infográficos que apresentem os resultados práticos e depoimentos de especialistas são essenciais. A comunicação deve ser clara, objetiva e apoiada por dados concretos que comprovem o sucesso do programa implementado no Paraná. A participação ativa de líderes locais na comunicação é crucial. Promovendo encontros com secretários de saúde de outros estados e municípios, além de envolver médicos de renome, pode ser uma forma de consolidar o programa como referência, gerando uma rede de apoiadores influentes que disseminem essas práticas para outras redes de saúde. Por fim, a disseminação de artigos em revistas acadêmicas e mídias especializadas em saúde é uma

maneira de alcançar nomes da área ou até mesmo de reforçar a mensagem. Ao apresentar dados e análises sobre o programa de residência do Paraná, é possível promover discussões sobre o aprimoramento da formação médica em nível nacional.

Data: 20/09/2024

Veículos: Tribuna do Paraná/ Tribuna do Vale/ TV Globo

Programas/editoriais: Geral/ Saúde/ Bom dia Paraná

Títulos das matérias: Campanha 'De olho nos olhinhos' tem orientação em shopping de Curitiba/ Sesa capacita profissionais do Norte Pioneiro sobre febre maculosa/Paraná enfrenta falta de vacinas para crianças

Regiões: Curitiba/ Jacarezinho/ Curitiba

Veiculações: Neutra/Positiva/ Negativa

Análises

Campanha lançada por casal de famosos, "De olhos nos olhinhos" é tema de reportagem da Tribuna do Paraná que cita a importância do diagnóstico precoce da retinoblastoma, um câncer comum em crianças. A matéria lembra que o SUS oferece tratamento e deve ser procurado.

Já a Tribuna do Vale, jornal do norte pioneiro, falou sobre o treinamento que profissionais da Sesa estão recebendo para entender mais sobre febre maculosa e seu transmissor o carrapato estrela.

Por fim o Bom Dia Paraná, jornal da TV Globo, fala sobre pesquisa que identificou a falta de doses de vacinas para crianças, comentando sobre a gravidade e os riscos que os pais e crianças correm ao não vacinarem seus filhos.

Pontos Positivos

A busca constante por aperfeiçoamento dos profissionais de saúde pública é muito necessária para o sistema de saúde como um todo.

Por isso, a notícia de formação de profissionais em Jacarezinho é muito relevante para a imagem da Pasta. O tema sobre a formação avança ao contar com entrevista de profissional da saúde explicando mais sobre a importância da formação.

Riscos à Imagem

Necessário entender que nem todas as matérias precisam citar a Sesa para serem risco à imagem da Pasta. Por exemplo, o material sobre a Campanha dos influenciadores Thiago Leifert e Diana Garbin "De olhos nos Olhinhos", chama atenção para um tema muito importante, mas que pode gerar tensão no poder público.

A busca por atendimento de saúde para verificar doenças no globo ocular de criança pode crescer à medida que o assunto ganha espaço nas redes sociais e mídia.

Por isso, o Governo deve estar preparado e saber os números de atendimento da doença para poder trazer explicações caso seja cobrado por conta da fala dos pais a respeito de diagnósticos tardios.

Sugestões de Estratégias

As ações no campo da assessoria de imprensa são muito importantes e podem ganhar mais força conforme elas são reverberadas em outros ambientes. Esse aumento no repasse da informação pode vir através de um evento em espaço público. Como exemplo, vamos citar os shoppings, locais de grande circulação e que muitas pessoas, de todas as idades e classes sociais, frequentam. Estes espaços podem ser utilizados para realização de uma campanha de conscientização sobre sintomas e evidências de que uma pessoa está sofrendo com demência senil.

Com o evento em andamento, será possível convocar os veículos de comunicação, preferencialmente Tvs locais para fazerem uma cobertura e uma chamada ao vivo com um profissional de saúde que fale sobre os sintomas e quais serviços estão disponíveis na rede pública de saúde do Paraná. Um release sobre o evento deverá ser encaminhado para as redações de jornais e blogs locais com dicas de prevenção, depoimentos de especialistas e histórias de pessoas afetadas pela doença.

Na semana seguinte ao evento e a comoção causada pelo assunto, uma boa estratégia para lembrar sobre o envelhecimento da população, mas que transcenda o serviço será produzir conteúdo de opinião, trazendo dados coletados a partir da Sesa e números sobre o investimento do governo para o atendimento desta população.

Desta forma, o assunto sairá do campo dos cuidados para o campo da atuação do poder público, permitindo que a população compreenda que esta questão é complexa e exige investimento e participação.

Data: 23/09/2024

Veículos: Folha Extra/ SBT/ Jornal de Beltrão/ TV Bandeirantes

Programas/editoriais: Últimas Notícias/ Gerla/Tribuna da Massa/ Band Cidade

Títulos das matérias: Ratinho Júnior entrega novos veículos para transporte de órgãos no Paraná/ PR é o terceiro Estado com mais mortes por acidentes de trânsito/ Transplantes: Estado entrega veículos e anuncia novos aviões para salvar vidas/ Crescem os casos de síndrome respiratória aguda grave

Regiões: Curitiba/ Curitiba/ Francisco Beltrão/ Curitiba

Veiculações: Positiva/ Negativa/ Positiva/ Negativa

Análises

Esta análise traz duas publicações positivas sobre o tema transplantes. Entrega de veículos para agilizar a chegada dos órgãos doados e anúncio de novos aviões para salvar a vida das pessoas que aguardam na fila por transplantes. O tema foi publicado na Folha Extra e Jornal de Beltrão.

O jornal televisivo Tribuna da Massa, veiculado no SBT alerta sobre o Paraná ser o estado com mais mortes por acidentes de trânsito no país. E na TV Bandeirantes o tema foi o aumento de casos de síndrome respiratória grave, contando história de pacientes com dificuldades para serem atendidos no sistema de saúde.

Pontos Positivos

O Paraná é o estado que mais doa órgãos no Brasil, por isso é muito relevante o governo do estado estar investindo em materiais e condições para que a cultura da doação reverbere.

É sabido que um dos problemas para fazer o transplante de órgãos está na logística do sistema e a busca por condições passa por investimento público.

Contudo, é necessário manter o discurso alinhado com a prática e atentar para o trabalho de verificação do uso desses materiais de transporte, juntamente com as pessoas que são parte do sistema. Além dos médicos e enfermeiros, os motoristas, transportadores, pilotos, todos são parte importante.

Riscos à Imagem

É preocupante a situação do Paraná no quesito acidentes de trânsito, já que o estado não é um dos maiores, tão pouco com a maior frota.

Cabe ao governo do estado ficar atento e aproveitar quando possível datas para tratar do tema. O mês de março, por exemplo, pode ser utilizado para trazer à tona uma discussão sobre beber e dirigir, como é visto na matéria do jornal Tribuna da Massa.

Sugestões de Estratégias

As campanhas, leis e informações sobre trânsito seguro evoluíram muito depois dos anos 90. Uso do cinto de segurança, cadeirinha para bebês, mas o uso de álcool ainda é um ponto que a população falha.

A multa mais alta tem deixado as pessoas desconfortáveis, no entanto, é comum verificar casos de morte e o Paraná continua líder nesse ranking. Tendo em vista a importância que uma ação midiática pode ter nestes casos, será necessário que a assessoria de comunicação

foque em um público específico, como os jovens até 25 anos, para que desta maneira seja iniciada uma conscientização dos jovens motoristas.

Para uma campanha de Relações Públicas (RP) focada em conscientizar sobre cuidados no trânsito, é indicada uma abordagem que misture conscientização emocional com uma estratégia de mobilização social, utilizando várias plataformas para alcançar um público entre 18 e 25 anos.

Um ato será convocado para um local de grande circulação pública envolvendo os profissionais da saúde e poderá ser feita uma intervenção artística com grafiteiros que criaram uma arte pela paz no trânsito. Todo este movimento será acompanhado pelas redes sociais e imprensa que produziram vídeos, fotos e texto sobre a história de vida de pessoas que mudaram sua percepção sobre trânsito após passarem por alto grave.

Como a campanha foca nos jovens, será preciso trabalhar com influenciadores e celebridades que têm grande alcance, especialmente nas redes sociais, para compartilhar os vídeos, posts e histórias que falem sobre a importância de respeitar as regras de trânsito. Isso amplia o alcance da mensagem para públicos mais jovens e engajados online

Data: 24/09/2024

Veículos: BandNews FM/ Gazeta do Paraná/ TV Globo

Programas/editorias: Últimas Notícias/ Geral/ Boa Noite Paraná

Títulos das matérias: Metade dos adolescentes não tomou a 2ª dose contra dengue/ Secretaria de Saúde substitui vacina oral contra a poliomielite pela injetável/Consumo de água mineral aumenta no Paraná

Regiões: Curitiba/Curitiba/ Curitiba

Veiculações: Negativa/ Positiva/ Neutra

Análises

A cobertura vacinal para dengue não foi completamente realizada por metade dos adolescentes paranaenses que tomaram a primeira dose, segundo matéria no site da BandNews FM.

A Gazeta do Paraná fala sobre a substituição da vacina da poliomielite pela dose injetável, ação que está acontecendo em todo o país. A mudança tem a finalidade de manter a doença erradicada em todo o país.

E o Boa Noite Paraná publica matéria ampla sobre o consumo de água e as fontes que oferecem águas minerais no Estado. Ao todo 28 cidades paranaenses envazam suas águas para venda. O material é didático ao falar que existe preocupação com o verão quente.

Pontos Positivos

Seguir o calendário de imunização nacional é um dos deveres acordados entre os Estados no Brasil. Por isso, a mudança na forma como as vacinas de poliomielite serão aplicadas precisa ser comunicada massivamente pela assessoria de imprensa da Sesa.

A matéria da Gazeta do Paraná está bem posicionada neste quesito e alia as informações sobre a mudança na vacina e a importância de levar as crianças até os postos de saúde para manterem a carteirinha de vacinação atualizada.

Riscos à Imagem

O baixo alcance da vacina contra a dengue nos adolescentes que moram no Paraná acende um alerta para a Secretaria da Saúde, que está participando de um experimento para que a vacinação seja ampliada para todo o país.

A imprensa tem relatado o baixo alcance da imunização completa que são duas doses, com três meses de distância uma da outra. Essa falta de comprometimento dos adolescentes é um debate muito conhecido no setor de educação. Mas o caso é que na área da saúde, a diferença entre uma dose e duas pode significar a vida de uma comunidade.

Por isso, cabe aqui uma atenção redobrada na comunicação sobre a importância de buscar um posto de saúde.

Sugestões de Estratégias

Para incentivar os adolescentes a manterem o controle vacinal completo contra a dengue, é essencial usar estratégias de comunicação envolventes e acessíveis. A vacina contra a dengue foi autorizada para jovens de 11 a 14 anos em duas doses, o que torna ainda mais importante direcionar campanhas a esse público.

Uma maneira eficaz de alcançar os adolescentes é por meio de campanhas em redes sociais, com o apoio de influenciadores digitais que falem a língua desse público. Esses criadores de conteúdo podem disseminar informações sobre a importância da vacina de forma descontraída e criativa, utilizando vídeos curtos e desafios virais.

A assessoria de imprensa do governo poderá contar com o apoio de agências de conteúdo e até de ícones jovens do estado como a atleta da ginástica olímpica, Júlia Soares, que conta com milhões de seguidores nas redes sociais.

Data: 25/09/2024

Veículos: R7/ Veja/ Folha de Irati

Programas/editoriais: Paraná/ Coluna Radar/ Cidades

Títulos das matérias: Paraná investe em reabilitação com novo hospital/A homenagem do Paraná a Silvio Santos/Hospital de Ivaí não está pronto para funcionar, segundo a SESA

Regiões: Nacional/ Nacional/ Irati

Veiculações: Positiva/ Positiva/ Negativa

Análises

Na coluna Radar da Revista Veja e no portal R7 as notícias são os investimentos feitos para inaugurar um novo hospital no estado, que receberá o nome de Silvio Santos. O complexo que será voltado à reabilitação terá um investimento de R\$65 milhões.

Na Folha de Irati a reportagem com destaque é sobre a inauguração de um hospital na cidade de Ivaí. Segundo a matéria, o local está funcionando contra o pedido da Secretaria de Estado da Saúde que alega não ter dado a documentação correta.

Pontos Positivos

Utilizar o nome de grandes ícones brasileiros em espaços públicos é uma forma de homenagem e de identificação com o povo. Tendo sido Silvio Santos um comunicador incontestável nos veículos de comunicação de massa, ter um hospital de reabilitação com este nome gera ganhos de imagem para o Governo do Paraná, nacionalmente.

Na Veja, matéria da coluna Radar fala também da presença das filhas do comunicador falecido no lançamento do projeto. Esta técnica ficou muito conhecida na área da saúde quando o administrador Henrique Prata passou a batizar os espaços no Hospital do Câncer de Barretos, agora Hospital do Amor, com nomes de celebridades.

Riscos à Imagem

Ao burocratizar a entrega de um hospital, muito aguardado pela população. A gestão da saúde do Paraná dá margem para que sejam veiculados conteúdos reduzindo a importância e a grande conquista é inaugurar um serviço de alta complexidade. São anos para que a obra seja realizada e outros anos para conseguir o equipamento adequado ao atendimento, por isso, uma medida de controle das informações que são repassadas à imprensa precisa ser pensada para que a benfeitoria não perca o destaque que merece.

Muito arriscado para o Estado permitir que uma matéria que fala que falta documentação de uso de um hospital em funcionamento seja veiculada. Demonstra insegurança política do governo.

Sugestões de Estratégias

A inauguração do Hospital de Ivaí, especializado em serviços de alta complexidade, é um marco para a saúde no Paraná. Para comunicar de forma eficaz essa conquista, a equipe de

comunicação do governo deve coordenar ações que informem tanto a população quanto os profissionais de saúde sobre os benefícios dessa nova unidade.

As comunicações podem ser divididas em ondas de impacto, em um núcleo ficariam as informações que serão passadas diretamente no local onde o hospital está sendo instalado, ou seja, mídias regionais - rádios, TVs, revistas locais.

Uma segunda onda avançaria com a informação sobre a integração do hospital com a rede já existente, explicando sobre aumento de leitos, prestação de serviço aos municípios vizinhos. Este conteúdo ganharia as mídias estaduais, com investimento em sites maiores como G1 e R7.

Data: 26/09 /2024

Veículos: Jovem Pan/ Tribuna do Paraná/ Busão Foz/ Brasil de Fato

Programas/editoriais: Notícias/Notícias/ Geral/ Nacional

Títulos das matérias: Governo assina termo com AACD/Setembro Verde: vida também se doa/Mutirão da Defensoria Pública na Assembleia promoveu orientações jurídicas voltadas às questões de saúde/Casos de covid-19 seguem crescendo em 7 estados e no Distrito Federal, diz Fiocruz

Regiões: Curitiba/ Norte do Paraná/ Foz do Iguaçu/Nacional

Veiculações: Positiva/Positiva/ Neutra/ Negativa

Análises

Aumento nos casos de Covid-19 nos estados brasileiros incluindo o Paraná é tema de matéria no Portal al Brasil de Fato. Já a Rádio Jovem Pan o tema foi o acordo assinado entre o governo do estado e a AACD para oferecer serviço de reabilitação em hospital especializado. O mesmo material fala sobre o investimento de R\$65 milhões que será feito pelo estado em um novo serviço de saúde que recebeu o nome do comunicador Silvio Santos.

O mês de setembro é marcado pela ação Setembro Verde, sobre doação de órgãos, conforme comunica a Tribuna do Paraná.

No jornal Busão Foz, veiculado na cidade de Foz do Iguaçu, o tema foi um mutirão da Defensoria Pública para a área da saúde, mais de 50 processos com a temática saúde foram atendidos pelos defensores públicos que puderam encaminhar as queixas antes de se tornarem um processo judicial.

Pontos Positivos

O desafogamento do judiciário é um tema muito relevante para a gestão pública, principalmente com processos urgentes para atendimento em saúde. Por este motivo a matéria

sobre o mutirão de processos merece um destaque, já que algumas áreas da Secretaria de Saúde do Paraná são diretamente envolvidas para que ocorra uma solução aos pedidos existentes.

É somando esforços das estruturas democráticas que haverá um melhor atendimento para o cidadão.

Riscos à Imagem

O aumento nos casos de Covid-19 no Paraná é um tema que chama a atenção já que o uso de protetores como máscaras caiu em desuso.

Tudo isso, atrelado a crescente onda de casos de coqueluche entre crianças no estado poderá levar a uma sobrecarga no sistema de saúde, além de promover redução na presença de turistas e portanto uma perda de investimento e dinheiro circulando.

A comunicação do Governo do Paraná deve ficar atenta e identificar com agilidade quais são as medidas que a Sesa está tomando para manter os casos sob controle. A comunicação dessas informações tem que transcender os programas de rádio e estarem inseridas também nas TVs.

Sugestões de Estratégias

O Paraná tem se destacado nacionalmente como um exemplo de sucesso em doação de órgãos, tornando-se referência na área ao liderar as estatísticas de transplantes no Brasil. Esse desempenho notável é resultado de um sistema de saúde bem estruturado, campanhas de conscientização eficazes e o engajamento de profissionais da área médica que têm trabalhado incansavelmente para promover a doação de órgãos. Nesse contexto, uma matéria especial no programa Fantástico, programa veiculado aos domingos na TV Globo, durante o Setembro Verde, mês dedicado à conscientização sobre a doação de órgãos, seria uma oportunidade ímpar para destacar os avanços do estado e, ao mesmo tempo, ampliar o debate nacional sobre a importância do tema.

O Fantástico, com sua enorme audiência e credibilidade, é o veículo ideal para levar ao público uma mensagem tão importante. Apresentar o case de sucesso do Paraná durante o Setembro Verde permitiria sensibilizar ainda mais a população, não apenas no estado, mas em todo o país, sobre a importância de ser um doador e como esse ato pode salvar vidas. Além disso, uma reportagem especial poderia abordar como o Paraná alcançou números expressivos na doação de órgãos, mostrar histórias emocionantes de pacientes que receberam transplantes e destacar o papel das equipes de saúde que fazem o processo acontecer com eficiência.

Data: 27/09 /2024

Veículos:TV Globo/ Folha do Litoral/ Correio Notícias

Programas/editorias: Bom Dia Brasil/ Notícias/ Últimas Notícias

Títulos das matérias: Brasil bate recorde de transplantes no primeiro semestre/Estratégias para ampliar a cobertura vacinal no Paraná é assunto destaque do Assembleia Entrevista/Secretaria da Saúde promove novo treinamento de profissionais sobre coqueluche

Regiões: Nacional/ Paranaguá/ Curitiba

Veiculações: Neutra/ Neutra/Positiva

Análises

Profissionais da saúde da região dos Campos Gerais (Ponta Grossa) estiveram em um curso de atualização sobre os sintomas da Coqueluche, doença que tem vitimado crianças no Paraná, conforme noticia o site Correio Notícias.

Um evento com o intuito de debater formas de ampliar a cobertura vacinal no Paraná é notícia na Folha do Litoral. Segundo o jornal, a ação aconteceu na Assembleia Legislativa do Estado e reuniu membros dos poderes executivo e legislativo, assim como especialistas em saúde para conversarem sobre formas de manter a vacinação na agenda dos paranaenses.

O Bom Dia Brasil, que apresenta pautas nacionais, mencionou que no primeiro semestre de 2024 o Brasil conseguiu bater um recorde em transplantes. A matéria foi formulada para marcar o Dia Nacional de Doação de Órgãos, data comemorada no país.

Pontos Positivos

O treinamento para profissionais da saúde deve ser constantemente noticiado. Todos os profissionais precisam de aperfeiçoamento constante, mas é na saúde que mais se demanda atenção. Por isso, iniciativas que prestam este tipo de atendimento são muito necessárias e devem ser destaque na estratégia de comunicação da Sesa.

O material estar presente em um jornal regional é outro ponto de destaque, já que este tipo de informação pode ser propagado de diversas formas, sem restrição e é no conteúdo mais localizado que ele ganha maior repercussão.

Riscos à Imagem

A matéria do Bom Dia Brasil é muito positiva para a ação de doação de órgãos. O recorde no número de cirurgias é muito relevante, mas eles não citam que é o Paraná o maior doador do país e parte do material é dedicado a mostrar os problemas para conquistar a doação. Um médico é entrevistado e fala sobre o problema para conseguir convencer as famílias.

A assessoria de imprensa deve manter uma relação próxima da produção de jornais de amplitude nacional, principalmente em assuntos que são maiores do que as atitudes no estado.

Buscar informações e meios de ser parte de conteúdos que possam disseminar as boas práticas do estado como exemplo para o restante do país pode significar a diferença para salvar uma vida.

Sugestões de Estratégias

A força-tarefa de vacinação de crianças nas escolas paranaenses registrou a validação de quase 200 mil carteirinhas de vacinação, no entanto, como essa informação pode ser traduzida para a população?

Qual a diferença de haver mais pessoas vacinadas? Este é o ponto em que a assessoria de imprensa e as ações de comunicação podem focar seus esforços.

Para tanto, será preciso criar uma estratégia de comunicação que demonstre o que o percentual de vacinados representa. Por exemplo, 200 mil carteirinhas de vacina podem significar a cobertura de quantas doenças e mais, qual a probabilidade de diminuir o contágio de COVID-19 ou Coqueluche.

Este tipo de informação pode dar mais clareza para os mais leigos sobre saúde. Se uma mãe compreender que a chance dos filhos foi reduzida, não será necessário saber o número de doses aplicadas ou a porcentagem de cobertura. O entendimento sobre a responsabilidade individual é a parte mais importante deste trabalho de comunicação.

Data: 30/09/2024

Veículos: Tribuna de Cianorte/ BandNews FM/ TV Globo

Programas/editoriais: Notícias/ Últimas Notícias/Bom Dia Paraná

Títulos das matérias: Em 4 anos, 26,4 mil mulheres colocaram DIU pelo Sistema Único de Saúde no Paraná/Grande Curitiba também registra aumento de casos de hepatite A/Ouvidoria da Sesa atende por ligações pela internet

Regiões: CiaNorte/Curitiba/Curitiba

Veiculações: Neutra/ Negativa/ Positiva

Análises

Levantamento com o número de atendimentos da Ouvidoria da Sesa rende matéria de quase 5 minutos no jornal Bom Dia Paraná. A reportagem fala dos números de atendimento e dá o serviço sobre como o cidadão pode buscar atendimento para reclamar ou elogiar.

O jornal Tribuna de Cia Norte divulga números sobre o atendimento às mulheres no estado. Segundo informações repassadas pela Sesa, mais de 25 mil mulheres tiveram acesso ao método contraceptivo DIU.

Por fim, um surto de hepatite A é tema de nota na rádio BandNews, que explica que a doença é altamente contagiosa, mas que pode ser prevenida através da higienização de alimentos e contato sexual seguro. O aumento de casos também foi detectado em cidades metropolitanas de Curitiba.

Pontos Positivos

O acesso aos programas de saúde feminina é um grande ponto de acerto da comunicação do Governo do Paraná. Durante o mês de outubro muito se fala sobre a prevenção aos cânceres femininos, como mama e colo de útero. Por isso, a divulgação do número de acesso à contracepção antes do início do Outubro Rosa é um acerto estratégico, pois dará um espaço importante para falar de bem estar e decisão feminina, antes de falar sobre doenças, que é algo que não é possível escolher.

Outra ação positiva que merece destaque é a reportagem da TV Globo sobre a Ouvidoria da Sesa. O material longo dá um panorama sobre o serviço, que nas empresas ficou conhecido pelo nome em inglês, Compliance.

As ouvidorias são espaços que as pessoas buscam quando têm problemas a serem resolvidos. Mas a matéria televisiva mostra que não. O local também pode acolher elogios e até ser um ponto de contato importante para a população, que muitas vezes não sabe nem como acessá-lo.

Riscos à Imagem

O aumento no número de casos de hepatite A na região de Curitiba e cidades metropolitanas é um ponto de muita atenção para o governo estadual. As doenças conhecidas e com tratamento ou prevenção em forte tendência de sobrecarregar os serviços públicos de saúde. E a comunicação pode ter um papel decisivo para evitar a busca desenfreada por tratamento.

Diante do exposto na matéria da rádio BandNews FM a assessoria de comunicação pode realizar uma ação a fim de conscientizar os jornalistas sobre os cuidados na hora de transmitir informações sobre 'surto' de determinadas doenças.

Sugestões de Estratégias

Uma forma de trazer a população para a discussão seria organizar webinars e sessões de discussão ao vivo com especialistas em hepatologia e infectologia em locais públicos e com transmissão pelas redes sociais do governo. Nessas sessões, os especialistas podem apresentar evidências científicas atualizadas, discutir métodos de prevenção, como a vacinação e práticas de higiene adequadas, além de abordar sintomas e tratamentos disponíveis para a doença. Esse

tipo de evento também permite desmistificar informações incorretas sobre a transmissão da hepatite A. Essa abordagem é eficaz porque oferece uma chance de trabalhar de forma interativa com o público esclarecendo dúvidas diretamente com especialistas, o que contribui para uma comunicação mais precisa e fundamentada. Além de fornecer informações corretas, esse formato ajuda a evitar a disseminação de mitos e equívocos que, se mal compreendidos, podem gerar pânico ou comportamentos inadequados em relação à prevenção da doença. As plataformas digitais, como videoconferências e redes sociais especializadas, são os canais mais indicados para esses eventos. Após a finalização do evento, o setor de comunicação pode se encarregar de preparar uma newsletter que ficará disponível na Agência de Notícias do Paraná, um material com dicas do que foi apresentado e discutido.

Data: 01/10/2024

Veículos: TV Globo/ Rádio Clube/G1

Programas/editoriais: Meio Dia Paraná/Notícias/Paraná

Títulos das matérias: Paraná passa a fornecer medicamento à base de canabidiol/SESA promove campanha/ Paraná passa a fornecer medicamento à base de canabidiol para esclerose múltipla; veja como ter acesso

Regiões: Londrina/ Ponta Grossa/ Paraná

Veiculações: Positiva/ Positiva/ Positiva

Análises

O Paraná passou a fornecer remédio para esclerose múltipla à base de Canabidiol, substância encontrada na planta chamada popularmente de Maconha, no jornal Meio Dia Paraná, da TV Globo de Londrina e no site da mesma emissora, G1 Paraná.

A campanha da Sesa de atenção à saúde da mulher é tema de matéria da Rádio Clube, que cita o aumento no destinação de verba para realização de mamografia e outros exames femininos.

Pontos Positivos

A matéria da Rádio Clube de Ponta Grossa fala por quase três minutos sobre as ações do governo no Outubro Rosa. Faz um histórico sobre as edições anteriores e destaca principalmente o envio de verba e a ação completa de atendimento, prevenção e programa de saúde voltada para a saúde da mulher que será realizada em 2024.

É muito rico quando a comunicação consegue encaminhar uma pauta para os veículos de comunicação prezando pelos conceitos comunicacionais e clareza, coesão e relevância.

Desta forma há uma divulgação que consegue atingir os objetivos de informar e trazer ganho para a imagem do órgão público.

Riscos à Imagem

Neste material um mesmo assunto é tratado de forma distintas. Enquanto na matéria do G1 há uma abordagem científica e explicativa sobre o uso do canabidiol no tratamento de esclerose múltipla, o apresentador do programa Meio Dia Paraná faz a chamada para o assunto chamando o canabidiol de “droga”.

O estigma presente no uso medicinal da maconha é muito conhecido entre aqueles que buscam o medicamento para tratamento de saúde. Mas neste caso há uma mudança importante de paradigma, o uso do canabidiol passou a ser uma medida pública, ou seja, disponível para o atendimento de todos os cidadãos.

A assessoria de imprensa da Secretaria de Saúde do Estado deve ser presente nesta divulgação e até mesmo observar quais são as denominações que estão sendo usadas entre os jornalistas para definir a política pública.

O custo financeiro de uma ação iniciada e descontinuada por falta de narrativa é altíssimo.

Sugestões de Estratégias

Informar os cidadãos do Paraná sobre o uso do canabidiol requer uma abordagem clara e acessível, focada em compartilhar informações de qualidade de forma que toda a população possa entender os benefícios e aplicações dessa substância. Uma estratégia eficaz envolve a publicação de artigos e materiais explicativos em meios de comunicação de fácil acesso, como jornais locais, sites de saúde e canais de rádio e TV regionais. O objetivo é esclarecer o uso do canabidiol no tratamento de diversas condições médicas, destacando seu potencial no controle da dor crônica, epilepsia e outras doenças.

Para alcançar o público paranaense, é importante que as informações sejam transmitidas de forma transparente e com base em evidências científicas. Isso pode ser feito por meio de campanhas educativas, que expliquem como o canabidiol atua no organismo, sua segurança quando utilizado corretamente e as regulações que garantem seu uso no Brasil. Trazer exemplos de estudos realizados no Paraná e em outras regiões ajuda a criar uma mensagem embasada e relevante para o contexto local, aproximando a ciência do cotidiano das pessoas.

Além dos meios tradicionais, é essencial incluir canais digitais, como redes sociais e portais de notícias estaduais, para garantir que a mensagem alcance um público amplo, desde jovens até idosos. O envolvimento de profissionais de saúde e autoridades públicas na

comunicação também fortalece a credibilidade da campanha, garantindo que os cidadãos recebam orientações seguras e fundamentadas. Essa forma de comunicação acessível, permite que o uso do canabidiol seja entendido pela população do Paraná como uma alternativa terapêutica eficaz e segura.

Data: 02/10/2024

Veículos: RIC TV (Record)/ Gazeta de Toledo/ TV Globo

Programas/editoriais: RIC Notícias Manhã/ Geral/ Bom dia Paraná

Títulos das matérias: Paraná registra 17 mortes por meningite/ Paraná atende 1,4 milhão de idosos pelo SUS e reforça ações pelo envelhecimento saudável/ Número de casos de dengue aumenta no PR

Regiões: Curitiba/Toledo/Londrina

Veiculações: Negativa/Positiva/Negativa

Análises

RIC TV e TV Globo noticiam o aumento de casos de meningite e dengue respectivamente. Os apresentadores das televisões demonstram preocupação com o aumento e dão dicas de proteção principalmente para os responsáveis e cuidadores de crianças e idosos.

Um levantamento divulgado pela Sesa informa sobre o número de idosos que são atendidos pelo SUS no estado. No dia 1º de outubro é comemorado o Dia do Idoso e a Sesa optou por divulgar informações pertinentes ao atendimento desta faixa etária.

Pontos Positivos

A publicação da Gazeta de Toledo traz uma lista de projetos e ações do governo voltadas aos cuidados com as pessoas acima de 60 anos. Citar os projetos Envelhecer com Saúde no Paraná, a Linha de Cuidado à Pessoa Idosa, a Caderneta de Saúde da Pessoa Idosa, o Sistema de Informação da Pessoa Idosa no Paraná (Sipi), e o desenvolvimento do PlanificaSUS Paraná é muito positivo pois dá a dimensão do quanto essa população está sendo assistida por medidas locais.

O mesmo material alerta para o grande número de pessoas envelhecendo e a busca por soluções que organizem o atendimento domiciliar, fazendo com que o cidadão tenha mais conforto.

Riscos à Imagem

Interessante perceber que a comunicação da tv utiliza termos técnicos para explicar as condições de aumento no número de casos da dengue no Estado.

Eles falam em período epidemiológico e embora o termo pareça ser complexo, ele é explicado para o cidadão, com aumento de casos entre os mesmos períodos do último ano.

O Estado precisa ser presente neste tipo de matéria, idealmente, participando com um especialista para chamar os cidadãos aos cuidados coletivos com a cidade.

Sugestões de Estratégias

Para que a mensagem chegue até a população mais idosa de que o estado do Paraná oferece programas como o Projeto Envelhecer com Saúde, a Linha de Cuidado à Pessoa Idosa, a Caderneta de Saúde da Pessoa Idosa, o Sistema de Informação da Pessoa Idosa (Sipi) e o desenvolvimento do PlanificaSUS Paraná, é essencial utilizar canais de comunicação acessíveis e amplamente consumidos por essa faixa etária.

Uma estratégia interessante seria a disseminação de informações por meio de rádios locais e programas de TV voltados para o público idoso, que são meios amplamente consumidos por pessoas acima dos 60 anos. Por exemplo, o programa "Super Idosos" no "Meio-Dia Paraná" de Maringá, que aborda temas como atividade física, saúde mental e convívio social para a terceira idade.

Além disso, parcerias com centros de saúde e associações de idosos podem ser muito eficazes para que sejam distribuídas comunicações visuais como cartazes. Esses espaços podem distribuir material impresso explicando os programas, como folhetos e cartilhas de fácil leitura.

Data: 03/10/2024

Veículos: TV Globo

Programas/editorias: Bom Dia Paraná

Títulos das matérias: Mais de seis mil acidentes com aranhas em todo o Paraná

Regiões: Curitiba

Veiculações: Neutra

Análise

Matéria do jornal local Bom Dia Paraná veiculado na TV Globo noticia o crescimento no número de casos de picadas de aranha no Estado.

A zona endêmica para aranhas, principalmente marrons, teve um agravamento no número de casos por conta do calor, afirma a repórter.

Pontos Positivos

A divulgação dos dados e o lembrete que foi feito à população sobre os cuidados necessários para evitar acidentes com os insetos é muito relevante para o trabalho de prevenção.

A imprensa tem uma forte potência para alcançar as populações mais vulneráveis a estes insetos e a assessoria de imprensa pode buscar estes veículos para apoiar na divulgação.

Risco à imagem

O aumento de casos de picadas de aranha pode ser interpretado como uma falha na eficácia das políticas públicas de saúde e prevenção. Quando há um aumento significativo nesse tipo de incidente, conforme apontou a reportagem, isso pode levantar questões sobre a capacidade do governo em controlar fatores ambientais, como a erradicação de focos de aranhas perigosas, o monitoramento da saúde pública e a proteção da população contra riscos sanitários. Além disso, esse tipo de problema pode gerar uma sensação de insegurança e desconfiança por parte da população em relação à competência das autoridades responsáveis pela saúde, comprometendo a credibilidade e a confiança pública no governo. A percepção de que a saúde pública não está sendo adequadamente protegida pode afetar negativamente a imagem do governo e sua capacidade de lidar com outros desafios sociais.

Sugestões de Estratégias

A sazonalidade das arboviroses é muito conhecida pela população brasileira que enfrenta anualmente doenças como dengue, chikungunya, Zika, febre amarela e outras. No entanto, aranhas são situações mais comuns na região sul do Brasil, o que afeta diretamente a população, mas também os turistas que buscam passear na região.

Por isso, a assessoria de imprensa deve estar atenta ao tratar o tema com veículos de imprensa que sejam de fora do estado do Paraná. Lembrando sobre as ações e cuidados que são necessários para frequentar a região.

É possível que haja uma parceria com o Governo Federal, por meio de apoio com o Ministério de Turismo que fará um alerta, mas com informações utilizando os espaços digitais no Ministério.

Esse conteúdo poderá ser reproduzido pelo estado do Paraná visando informar as pessoas sobre prevenção.

Data: 07/10/2024

Veículos: Indústria e Comércio/ Jornal Correio do Norte/ Marechal News

Programas/editorias: Cidades (Capa)/ Geral/ Geral

Títulos das matérias: Combate às meningites: em um ano, Paraná reduz em 27% os casos da doença/Paraná vira polo de saúde infantil com novos hospitais, maternidades e mais serviços Hospital Regional do Sudoeste amplia serviço de aleitamento materno com posto de coleta

Regiões: Londrina/Maringá/ Marechal Cândido Rondon

Veiculações: Positiva/Positiva/Positiva

Análises

Um extenso conteúdo informativo sobre as medidas de ampliação da rede de atendimento infantil no estado virou notícia no portal do Jornal Correio do Norte. A matéria é rica em números e falas do secretário de saúde, César Neves.

No site Marechal News a notícia é sobre a abertura do serviço na sala de amamentação do Hospital Regional Walter Pecoits, em Francisco Beltrão, na região Sudoeste.

E o jornal Indústria e Comércio o tema foi meningite. Segundo a reportagem os casos de 2024 são inferiores aos de 2023, mas ainda inspiram cuidados no estado.

Pontos Positivos

A comunicação precisa fazer um trabalho contínuo para encontrar o melhor caminho de explicar a formação e os processos do sistema de saúde. O tema rende muitas críticas e as pessoas têm a tendência de ver mais problemas no SUS do que solução.

Diante do exposto, a reportagem sobre a formulação do atendimento para a criança no estado com informações de investimentos, leitos e falas do secretário é de extrema importância e um acerto de atendimento a mídia.

O Hospital Infantil de Maringá representa o atendimento de um pedido antigo da região, mas ele não atuará sozinho na rede e isto é muito relevante.

Riscos à Imagem

A meningite é uma doença viral muito contagiosa e que leva muitas pessoas à morte. A comunicação de casos, prevenção e etc deve ser muito bem realizada e estrategicamente pensada pela comunicação em parceria com os técnicos em saúde.

É muito perigoso levar pânico ou deixar todo mundo pensando que o problema está controlado. A matéria que parece ser positiva, com o título sobre redução no número de casos, no meio fala que o tema ainda é preocupante. Por isso, a assessoria de imprensa deve ficar atenta e buscar alternativas para melhor atender as demandas da mídia.

Sugestões de Estratégias

Em caso de crises de doenças virais muito contagiosas a assessoria de comunicação deve tomar mão de um plano de contingência de dados para gerenciar a crise.

As frentes são diferentes, primeiro é preciso pensar na proteção da população. Verificar onde está a propagação e agir primeiro na defesa do bem estar das pessoas, informando sobre cuidados, ações que podem ser tomadas, locais de atendimento e telefones para tirar as dúvidas.

Este conteúdo precisa ser repassado de forma indiscriminada, ou seja, por todos os meios de comunicação incluindo os mecanismos de conversas rápidas como WhatsApp e Telegram.

O segundo movimento importante é manter um contato de comunicação interna forte. Isto significa orientar os líderes do atendimento sobre como estão se comunicando e o que deve ser repassado tanto para os demais funcionários públicos em atuação, quanto na comunicação nas redes sociais pessoais. Tudo comunica alguma informação e essas pessoas se tornam rapidamente influenciadores, precisando estar cientes disso. Com elegância e profissionalismo, a mensagem a ser repassada deve ser única.

A terceira abordagem necessária é manter a transparência. Muitas vezes em meio a uma grande crise o pensamento sobre melhorar a visão das pessoas e trazer esperança se sobrepõem a verdade dura. Este caminho constrói uma ponte frágil na confiança com os cidadãos, por isso, prefira a dureza da verdade.

Data: 10/10/2024

Veículos: G1/ TV Record/ BandNews FM/ Coluna do Meio

Programas/editoriais: Foz do Iguaçu/ RIC Notícias/ Notícias/ Geral

Títulos das matérias: Foz do Iguaçu confirma primeiro caso de mpox; veja sintomas/Procura por DIU no SUS cresce a cada ano/Dispositivo detecta câncer de mama/ Saúde promove live sobre prevenção de intoxicações infantis na sexta-feira

Regiões:Curitiba/ Toledo/ Curitiba/ Curitiba

Veiculações:Negativa/Positiva/Neutra/Positiva

Análises

Confirmação de caso de Mpox em Foz do Iguaçu é notícia no G1, portal de notícias da TV Globo.

A política pública do SUS de implante de DIU em mulheres com idade fértil é destaque no jornal RIC TV da região de Toledo, recorde no implante do dispositivo no Estado que é reconhecido como um dos que possui melhor programa de planejamento familiar no Brasil.

A BandNews FM fala de uma startup curitibana que desenvolveu um dispositivo para encontrar câncer de mama em até 30 minutos. A ideia do projeto é reduzir o índice de mulheres que encontram o câncer em estágio já avançado. O projeto ainda não está sendo comercializado. Um evento online promovido pela Sesa é notícia no site Coluna do Meio. O evento faz parte do mês da criança e tem o intuito de falar sobre cuidados para evitar intoxicação entre as crianças. O material é acompanhado de uma lista de dicas com cuidados para se ter em casa.

Pontos Positivos

São dois destaques importantes nesta análise. A primeira diz respeito a live para orientar as pessoas sobre cuidados com crianças. É muito interessante fazer uso dessa ferramenta digital para falar com o público em geral e trazer uma conversa com especialistas durante o mês das crianças.

A estratégia da comunicação aproveita uma data do comércio, que poderia ser apenas para dar presentes, para falar sobre algo importante e lembrar da responsabilidade que todos devem ter com as crianças.

Outro ponto muito relevante é salientar que a Agência de Notícias do Estado é a responsável pela distribuição do material, ou seja, ela se torna um propagador de mídia espontânea de qualidade, sendo buscada pelos jornalistas para informar a população.

Riscos à Imagem

A divulgação de um novo caso de uma doença por si só não é uma informação que coloca em risco a imagem de uma instituição. Porém, quando a doença está ganhando espaço na mídia e a notícia é apenas o aumento, um alerta pode ser acionado para a assessoria de imprensa.

É preciso manter um contato com os jornalistas que cobrem o tema e tentar sempre acompanhar a notícia de novos casos com o que vem sendo realizado no Estado para prevenir ou reduzir a contaminação.

Caso contrário, é possível que o pânico seja instaurado por meio de informações pela metade e medo na população.

Como ponto de atenção é possível observar o uso de tecnologias na área da saúde como algo muito positivo, mas é preciso ter atenção sobre o uso dele em uma rede de saúde complexa como é o SUS brasileiro. Nesta divulgação, fica claro que o dispositivo revoluciona o diagnóstico de câncer de mama, no entanto, ele precisa percorrer um longo caminho até estar disponível na rede. Cabe atenção e muita explicação por parte da assessoria para entender futuros pedidos de uso da tecnologia.

Sugestões de Estratégias

Na busca por informar a população sobre o uso de tecnologia na área da saúde será preciso encontrar formas constantes de trabalho sobre o tema.

Uma proposta que a assessoria de imprensa por de realizar é a de fazer uma parceria com TVs locais, como RIC TV e criar uma série de reportagens que trabalhem o tema, dividindo os programas de forma a apresentar: como é criada uma tecnologia, falando com pessoas de

startups e universidades. Em um segundo episódio, seria possível trazer tecnologias que já estão em uso na rede, formas de implementar e como a população tem acesso.

Outro tema que poderá ser trazido é sobre a tecnologia em si, o uso da população e a dificuldade de acesso de algumas faixas etárias, como os idosos ou pessoas com baixa escolaridade.

Data: 11/10/2024

Veículos: TV Globo/ Tribuna da Região/ TV Globo

Programas/editorias: Meio Dia Paraná/ Notícias/ Meio Dia Paraná

Títulos das matérias: Mortes por pneumonia têm aumento de 27% no Paraná/ Notícias / Goioerê Hospital Santa Casa de Goioerê recupera certificação de "Alta Conformidade" às Práticas de

Segurança do Paciente/ Upas lotadas na RMC

Regiões: Curitiba/ Goioerê/ Curitiba

Veiculações: Negativa/Neutra/Negativa

Análises

TV Globo, no jornal Meio Dia Paraná publica matéria sobre números alarmantes no aumento dos casos de pneumonia, informa que Apucarana é onde estão registrados os maiores índices de crescimento, com mais de 3730 óbitos no estado em 2024.

A retomada da certificação do Hospital Santa Casa de Goioerê dada pela Vigilância Sanitária, órgão da Secretaria de Saúde do Estado, marca uma nova fase para o hospital público, segundo notícia veiculado no Tribuna da Região.

Meio Dia Paraná mostra, em fala ao vivo com a repórter, direto da UPA de Tamandaré o aumento no número de atendimentos dos pronto atendimentos. Segundo a reportagem, a maior parte que busca o atendimento são de casos leves, o que tem superlotado os locais.

Pontos Positivos

A Vigilância Sanitária é um órgão de extrema importância para as redes de saúde pública. É por meio dos técnicos da vigilância que são feitos os controles de hospitais e restaurantes, por exemplo, evitando que haja contaminação de alimentos e propagação de doenças.

Por este motivo, para além da conquista da certificação no Hospital Santa Casa de Goioerê, trazer a informação sobre este trabalho da Vigilância Sanitária na entrega de uma certificação é muito relevante para a comunicação das ações de trabalho do Governo.

Riscos à Imagem

Crescimento nos óbitos por pneumonia é um ponto de muita atenção para a Comunicação. Os fatores climáticos e ambientais são apontados como responsáveis pelos agentes de saúde e a comunicação deve estar atenta para fazer a conexão entre a doença e as questões climáticas.

Contudo, o que se vê na matéria de mais de 3 minutos da TV Globo é nenhuma informação sobre medidas que o Governo do Paraná está tomando para reduzir a incidência de casos ou de atenção à população.

Sugestões de Estratégias

As Vigilâncias Sanitárias estaduais têm o objetivo de prevenir riscos sanitários, controlar surtos de doenças, e assegurar que normas de saúde sejam cumpridas, protegendo a população de possíveis ameaças à saúde. Além disso, atuam na educação e conscientização sobre boas práticas de higiene e segurança, promovendo ambientes e produtos seguros para o uso coletivo.

Conscientes sobre essa característica da Vigilância Sanitária a comunicação pública pode, mesmo fora de surtos, trabalhar a narrativa sobre as funções da vigilância sanitária e avançar didaticamente na apresentação do órgão gerando maior empatia e conhecimento.

Uma alternativa para falar sobre os projetos da Vigilância Sanitária de forma positiva com a imprensa está em sua característica de promover campanhas de conscientização sobre medidas preventivas, como o uso de máscaras, higienização das mãos e a importância de evitar aglomerações em casos de surtos, contribuindo para o controle da transmissão.

A assessoria de comunicação cabe produzir um material, em forma de release, que traga essa informação, juntamente com imagens dos técnicos em fiscalização e números sobre a redução de casos de doenças recentes, graças ao trabalho de conscientização feito pela Vigilância Sanitária. A distribuição do conteúdo pode ser feita por meio de disparo de release, mas também deve ficar disponível na Agência de Notícias do Governo do Paraná.

Data: 14/10/2024

Veículos: CBN/ TV Record/ Iporã News

Programas/editorias: CBN Notícias/ Balanço Geral/ Notícias

Títulos das matérias: Paraná disponibiliza medicamento à base de canabidiol para tratamento da esclerose múltipla/Hospital metropolitano suspende atendimentos de urgência e emergência; vigilância fez vistoria

/Estado reforça regionalização com novas estruturas de saúde nos municípios

Regiões: Curitiba/ Maringá/ Iporã

Veiculações: Neutra/Neutra/Positiva

Análises

No site da rádio CBN de Curitiba a distribuição de canabidiol para o tratamento de pessoas com esclerose múltipla é tema de uma matéria que destaca também que a distribuição acontecerá de acordo com critérios técnicos do Ministério da Saúde e que o prazo é de 60 dias para análise.

Longa matéria no Balanço Geral cobra atitudes do poder público sobre o atendimento do Hospital Metropolitano de Sarandi, segundo a reportagem o sistema está em colapso faz tempo o que prejudica a população, notas de imprensa enviadas pelo hospital ao jornal são criticadas pelo apresentador.

Dados da Diretoria de Obras da Secretaria da Saúde (Sesa) informam que o governo tem atuado em todos os pontos do Estado, melhorando a infraestrutura de hospitais e ambulatorios mesmo em regiões distantes da capital. O material conta com aspas do secretário da saúde, Cesar Neves.

Pontos Positivos

É positiva a divulgação de que o Paraná entra para a distribuição de remédios à base de canabidiol e a assessoria de imprensa pode utilizar esse novo dado para ampliar e esclarecer as dúvidas da imprensa.

Nesta análise cabe também um destaque para o material do Iporã News que leva em consideração os investimentos públicos feitos para melhorar a infraestrutura de hospitais no interior do Paraná. Com informações sobre os valores investidos e fala do secretário de Saúde, a assessoria de imprensa acerta no tom informativo.

Riscos à Imagem

O sistema de saúde é um organismo com várias camadas, mas só funciona por ser alto unificado. Enquanto as Unidades Básicas de Saúde (UBSs) fazem consultas, as UPAs atendem emergência e os hospitais realizam cirurgias, partos, e toda alta complexidade.

Quando ocorre em um hospital, mesmo que particular, não prestar o serviço de forma correta ou há um problema administrativo ou um problema de comunicação sobre a funcionalidade do espaço. Neste último caso, apenas a comunicação em um projeto forte e assertivo poderá trazer o entendimento necessário para a população.

A crítica forte do apresentador do programa esbarra no atendimento da população pelo SUS e a nota do hospital fala em problema técnico da central de vagas, tudo fica confuso e a

população em estado de insegurança o que não é bom para a imagem do Sistema Único de Saúde como um todo.

Sugestões de Estratégias

Para informar melhor a população é preciso observar o público-alvo e o canal de comunicação. Mas, em geral, dividir a informação em pequenas notas é mais eficaz, pois permite que as pessoas absorvam o conteúdo de forma rápida e clara. Notas curtas com linguagem acessível, imagens e dados essenciais tendem a engajar mais o público, especialmente em meios digitais e redes sociais, onde a atenção é limitada.

O ideal é combinar as duas abordagens, utilizando pequenos comunicados para o público amplo e releases mais detalhados para a imprensa e profissionais da área. Releases com muitos dados podem ser úteis para jornalistas, especialistas e formadores de opinião, mas para a população em geral, a concisão e clareza facilitam a compreensão e o engajamento com as mensagens.

Sendo assim, como abordagem para as informações de regionalização do investimento em Saúde feito pelo Governo do Paraná pode-se aplicar uma estratégia focada na distribuição da mensagem via rádios locais. Com dados bem focados para cada cidade ou região administrativa o trará identificação com o público. As pessoas que moram em Foz do Iguaçu, buscam o sistema local, e embora não pareça, a inauguração de um hospital regional de atendimento infantil em Maringá impacta de forma positiva toda a cadeia. Por este motivo, os conteúdos devem trazer as informações locais, mas com dados macro que evidenciem que a Sesa tem um plano de atendimento de longo prazo e de solução de demandas que esperam a tempos para serem sanadas.

Data: 15/10/2024

Veículos: Agora Paraná/ TV Globo/ Jornal A Voz do Paraná/ TV Globo

Programas/editorias: Geral/ Meio Dia Paraná/ Geral/ Meio Dia Paraná

Títulos das matérias: Sesa empenhou R\$ 4,4 bilhões em ações e serviços de saúde, mais do que a meta do ano/Pacientes de hospitais públicos são vítimas de golpe/ Deputados ampliam benefício da meia-entrada a doadores de órgãos/Medicamentos de alto custo são fornecidos de graça no Paraná

Regiões: Curitiba/ Maringá/ Cascavel/Foz do Iguaçu

Veiculações: Positiva/ Negativa/Neutra/Positiva

Análises

O jornal Agora Paraná publica matéria com dados de investimentos do Governo do Estado em Saúde. Matéria conta com aspas do secretário Cesar Neves, que fala sobre o cuidado que a Pasta tem ao destinar a verba pública.

No Meio Dia Paraná, jornal da TV Globo, com foco em notícias de Maringá, noticiou que golpistas buscaram pessoas do atendimento de cobrança extra, feitas em nome de um suposto médico. Entrevista com delegado e diretora do hospital explicam que não se deve pagar nada extra.

Em outra praça, desta vez em Foz do Iguaçu, o Meio Dia Paraná fala sobre a entrega de medicamentos de alto custo, que podem ser adquiridos de graça nas farmácias do Paraná e podem ser consultados através da Secretaria Estadual de Saúde, que oferta agora consultas online para os pacientes.

E no Portal Voz do Paraná de Cascavel a notícia é sobre a promulgação de um benefício para as pessoas que se declararam doadores de órgãos. No Estado, é possível pagar meia entrada para os doadores de um dos rins, doadores de parte do pulmão, do fígado ou da medula óssea - órgãos que podem ser doados em vida

Pontos Positivos

Destaque para a distribuição de medicamentos de alto custo no Paraná, que tem desburocratizado a entrega com a realização de consultas online. A nota no jornal Meio Dia Paraná é curta, mas mostra que o Estado inova ao aumentar a disponibilidade de meios de atendimento para a população.

Os medicamentos de alto custo são ofertados para doenças específicas e têm um alto índice de judicialização de processos para seu recebimento, por isso, o esforço da indicação de atendimento no Paraná deve ser reconhecido como um marco histórico de mudança neste processo.

Riscos à Imagem

Os golpes do chamado método Phishing, que é um tipo de ataque cibernético que consiste em tentar obter dados pessoais de usuários de forma fraudulenta, foi o responsável por distribuir informações de contatos dos parentes de pacientes internados na rede pública de Maringá.

Embora a matéria da Tv do Paraná aborda apenas a informação sobre como a vítima deve reagir a este tipo de crime, o Estado deve preocupar-se com a segurança dos dados e iniciar imediatamente uma campanha de informação interna que explique o potencial do crime e as consequências desta ação.

Os golpes precisam ser evitados nos locais onde a informação circula. Treinar e informar as pessoas que trabalham na administração de hospitais e centros de saúde será primordial.

Sugestões de Estratégias

É comum as assessorias de imprensa das secretarias manterem-se focadas no atendimento das editorias diretamente relacionadas ao tema, por exemplo, saúde trata somente com os repórteres de cobertura de saúde as pautas propositivas. Mas é preciso ampliar este olhar quando falamos de oferta de pautas, ser propositivo em editorias diversas é a chance de formar uma opinião positiva sobre o órgão público em diversas camadas da sociedade. Por isso, o conteúdo sobre investimentos e empenho de R\$4,4 bilhões em saúde pode ser pensado para outra editoria, como a de negócios em veículos de imprensa nacionais e internacionais.

O Sistema de Saúde brasileiro é conhecido mundialmente por sua eficiência, e a Revista Times poderia se interessar pelo plano de atendimento da saúde do Paraná, um importante estado brasileiro que tem como população o número de habitantes de alguns países. A pauta sobre o projeto de investimento em plantas que unem os poderes Federais, Estaduais e municipais focando no atendimento de emergência e na saúde da mulher, já que parte das obras está focada na criação de maternidades no Estado, daria para a pauta na revista internacional uma amplitude da ação estratégica criada e implementada pelo governo estadual. Essa pauta precisaria ser repassada com: números de investimento, imagens das obras e dados de atendimento, além de contar com fortes informações de especialistas sobre a eficácia da estratégia.

Data: 16/10/2024

Veículos: Jornal do ônibus/TV Globo/TV Globo

Programas/editorias: Geral/ Bom dia Paraná/ Meio Dia Paraná

Títulos das matérias: Estado contrata mais 70 nutricionistas/Paraná está com estoque baixíssimo de quatro tipos de sangue/Pacientes recorrem à justiça para conseguir equipamentos

Regiões: Curitiba/ Londrina/ Foz do Iguaçu

Veiculações: Neutra/Neutra/Negativa

Análises

Contratação de profissionais de nutrição para o programa de atenção à alimentação nas escolas é tema de reportagem no Jornal do Ônibus.

Apelo da Secretaria de Saúde (Sesa) para que as pessoas doem sangue no Paraná é notícia no Bom Dia Paraná de Londrina, dados sobre número de bolsas distribuídas e informações sobre como fazer doação de sangue constam no material.

Acesso aos direitos dos pacientes estão ocorrendo por meio de processos da Defensoria Pública, em matéria do Meio Dia Paraná. Entrevista emocionada com a mãe de um paciente e informações sobre o processo deixam o material bastante negativo para a Secretaria de Estado da Saúde (Sesa).

Pontos Positivos

A falta de sangue em hemocentros é comum em determinados períodos do ano e no trabalho de chamamento da população a atitude da Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde (Sesa) se mostra assertiva.

Com foco no chamamento de doadores, as matérias sobre o assunto são curtas e objetivas e falam de forma clara dos graves problemas de abastecimento dos hospitais, caso não haja um empenho dos doadores.

Riscos à Imagem

A busca pelo sistema judiciário para o acesso ao medicamento, conforme é indicado pelo apresentador do Meio Dia Paraná, causa uma sensação de desconforto e insegurança com o Sistema de Saúde.

A matéria é encerrada com a leitura de notas das assessorias de imprensa que jogam o caso de um lado para o outro, mas não trazem uma solução, deixando um espaço para que o questionamento reverbere a sensação de mal atendimento do cidadão.

Ainda que o assunto não seja de responsabilidade do Estado, a resposta para a distribuição de medicação de alto custo passa por determinações legais e é possível trabalhar juntamente com a produção da TV a construção de uma matéria que fomente a discussão, mas que traga conhecimento sobre o processo, sem se deixar levar para o lado da falta de atendimento, simplesmente.

Sugestões de Estratégias

A informação sobre a distribuição gratuita de medicamentos de alto custo pelo SUS pode não estar chegando de forma eficaz a toda a população, especialmente aos grupos mais vulneráveis. Normalmente, essa comunicação ocorre através de canais oficiais, como sites de secretarias de saúde, campanhas em unidades de saúde, e mídias tradicionais. No entanto, muitos cidadãos podem não acessar essas fontes com frequência.

Para melhorar essa divulgação, é essencial que a informação chegue por meios mais acessíveis e diversos, como campanhas em rádios comunitárias, que são ouvidas por diversos públicos e que podem entregar uma ação que tenha como foco um tom acolhedor, como uma

conversa com a comunidade, e poderia incluir depoimentos de pessoas que já recebem os medicamentos.

A estratégia pode ser composta por spots curtos de 30 a 60 segundos, transmitidos várias vezes ao dia, com linguagem simples e exemplos práticos. O conteúdo explicaria o que são esses medicamentos e como o SUS os oferece gratuitamente, orientando sobre o processo de solicitação: procurar a Unidade Básica de Saúde (UBS), levar a prescrição médica e os documentos necessários, e informar que os atendentes da UBS podem ajudar no preenchimento. Esta ação seria uma tentativa de evitar a judicialização de ações que podem ser apenas encaminhadas internamente.

Data: 18/10/2024

Veículos: Tribuna Hoje/ Diário dos Campos/ TV Bandeirantes Tarobá

Programas/editorias: Geral/ Saúde/ Brasil Urgente

Títulos das matérias: Ministério seleciona Umuarama para receber tecnologias usadas no combate à dengue/Paraná realiza mais de 1.800 cirurgias eletivas por dia/Casos de sarampo na Argentina

Regiões: Umuarama/ Curitiba/ Ponta Grossa/ Londrina

Veiculações: Positiva/Positiva/Neutra

Análises

O jornal Tribuna Hoje divulga a ação do Governo do Paraná em parceria com o Ministério da Saúde de implementar mais uma tecnologia experimental de combate ao mosquito Aedes Aegypti no Paraná, mas desta vez na cidade de Umuarama. A nota conta com fala do secretário Cesar Neves que lembra da importância do controle do vetor.

Aumento no registro de casos de sarampo na Argentina gera preocupação na área da saúde do Paraná, segundo matéria da TV Bandeirantes Tarobá. A doença não tem registro no Brasil desde 2020 e os agentes de saúde devem ficar atentos, assim como a população e buscarem a vacina gratuita na rede.

O jornal Diário dos Campos, de Ponta Grossa, divulgou o maior número de cirurgias eletivas realizadas no estado nos últimos 10 anos, foram 75 por hora. Mesmo com uma espera de dois meses para a realização do procedimento, a matéria informa que a busca ativa por pacientes e a análise de casos mais antigos tem sido importante.

Pontos Positivos

É um acerto comunicacional e de transparência de gestão trazer um tema antes que ele seja uma crise interna. Como é o caso do aviso sobre a presença do Sarampo no país vizinho.

O Brasil chegou a erradicar o sarampo em 2016, mas ele voltou a aparecer vitimando principalmente crianças. Agora, com o trabalho contínuo de alerta e presença da vacina, até mesmo no ambiente escolar, como o Paraná organizou, a tendência é ter uma cobertura maior e evitar que pessoas fiquem doentes sobrecarregando o sistema e até levando a óbito.

O foco da comunicação no alerta, combinado com a informação sobre a volta da doença é um importante método que foi bem utilizado.

Riscos à Imagem

Ainda que avaliada de forma positiva, a matéria do Diário dos Campos inspira alguns cuidados com a imagem da Secretaria da Saúde do Paraná.

Os números sobre as cirurgias eletivas são estatísticas importantes para o controle governamental e a apresentação de informações para os jornalistas, mas a população compreende?

Quem está na fila aguardando por dois meses uma cirurgia eletiva, que pode causar desconforto, preocupação ou dor não vai comprar a ideia de que o governo está trabalhando para reduzir o tempo de espera.

Por isso, caberia apresentar alguns motivos do entrave no andamento dos atendimentos, por exemplo, qual o absenteísmo nas consultas? É comum haver falta nas cirurgias e o quanto isso atrasa no sistema. Esse dado mostra que o sistema só funciona com a participação responsável de todos.

Sugestões de Estratégias

O Paraná tem usado diversas ferramentas para ampliar a imunização da população, principalmente crianças e adolescentes, já que organizou junto com às escolas um mutirão de vacinação no início das aulas. Isto é violência um marco de organização em um estado, que efetivamente está se prevenindo de possíveis casos de doença e investindo em conquistar um maior entendimento da população sobre a importância da vacinação.

Se há um investimento da gestão em organizar tecnicamente este processo complexo, a comunicação precisa acompanhar a demanda e propagar as ações de forma consistente, não apenas para a população local, mas para outros países, na tentativa de chamar a atenção também para a verdade absoluta que é: O vírus não respeita fronteiras geográficas imaginárias.

Diante disso, a assessoria de imprensa pode produzir conteúdos em espanhol e buscar os meios de comunicação dos países vizinhos, como Argentina e Paraguai, para falar sobre o esforço de evitar que o sarampo volte a ser registrado em terras brasileiras. Uma entrevista com

o secretário Cesar Neves poder ser veiculada nas rádios da fronteira com informações sobre a transmissão e cuidados.

Data: 22/10/2024

Veículos: Tribuna do Vale/ TV Globo/ Tribuna do Vale

Programas/editorias: Geral/ Boa Noite Paraná/ Notícias

Títulos das matérias: Programa que cria rede de atendimento contra uso de drogas e álcool avança/Paraná registra primeira morte por dengue no novo período epidemiológico/Projeto de lei cria a campanha Depiladora Amiga, para conscientizar sobre DSTs e combater a violência doméstica

Regiões: Foz do Iguaçu/Maringá/Curitiba

Veiculações: Neutra/Negativa/Neutra

Análises

O jornal Tribuna do Vale publica nota sobre a criação do Programa de Atenção às Pessoas em Situação de Uso Prejudicial de Álcool e Outras Drogas na Assembleia Legislativa do Paraná. Outro projeto de lei é notícia no mesmo jornal, com o nome Depiladora Amiga, o objetivo é contar com o apoio das profissionais da beleza na denúncia de casos de violência e incentivo ao uso de preservativos. O projeto foi aprovado e seguiu para sanção do governador do estado.

Primeira morte por dengue foi confirmada pelo Governo do Paraná, noticia o Boa Noite Paraná, programa de notícias da TV Globo.

Pontos Positivos

Não há pontos de destaque positivo neste material.

Riscos à Imagem

O trabalho em parceria do poder executivo com o legislativo é de extrema importância para o funcionamento das estruturas democráticas.

Quando o assunto é desenvolver ações para a saúde ele ganha ainda mais importância já que as medidas irão atingir a toda a população, por isso, os projetos nos quais o dinheiro do poder público será investido precisam ser bem pensados e ter um alcance que preze, em primeiro lugar, pelo atendimento do maior número de pessoas possíveis.

O Depiladora Amiga pode se tornar uma demanda para a Secretaria da Saúde que terá a necessidade de oferecer um treinamento para pessoas que atuam como profissionais da beleza. A assessoria de imprensa deve ficar atenta a este tipo de anúncio e buscar o jornalista para entender sobre a visão da imprensa.

Sugestões de Estratégias

O uso de profissionais que não são da área da saúde para realizar ações de prevenção com a população pode ser recomendado, desde que sejam devidamente capacitados e atuem como multiplicadores de informações. No caso do projeto Depiladora Amiga essas pessoas têm uma conexão direta com a comunidade e podem transmitir informações de forma mais acessível, especialmente em áreas onde há desconfiança ou dificuldade de acesso aos serviços de saúde. No entanto, é fundamental que recebam treinamento adequado sobre os conteúdos de saúde e saibam quando encaminhar as pessoas aos profissionais especializados.

Neste contexto, uma tática que pode ser aplicada para o conhecimento do programa, quando aprovado, por parte das profissionais será utilizar o contato com as associações de classe e redes sociais amplamente acessadas por esse público-alvo. Uma abordagem eficaz envolve a parceria com associações da categoria, como sindicatos e grupos regionais de profissionais da beleza, para garantir que a mensagem seja disseminada de forma direta e confiável. Essas organizações podem funcionar como canais de comunicação já estabelecidos, o que facilita o envolvimento das profissionais.

A comunicação da Sesa pode produzir conteúdos que serão repassados para as associações que farão a disseminação do material.

Data: 23/10/2024

Veículos: Folha de S. Paulo/ TV Record - RIC TV/TV Globo

Programas/editoriais: Saúde/ Balanço Geral/ Bom Dia Paraná

Títulos das matérias: SUS tem estoques zerados após governo Lula reduzir entregas de vacinas da Covid/Samu aéreo realiza transporte de órgão para transplante/MP pede que justiça dê prazo de entrega para prontuários

Regiões: Nacional/ Maringá/ Curitiba

Veiculações: Negativa/ Positiva/ Neutra

Análises

Entrada ao vivo do repórter do Bom dia Paraná fala sobre a obrigação do Hospital do Coração de Cascavel de devolver os prontuários dos pacientes. A falta de documentação levou o problema até a justiça e o Ministério Público determinou que o hospital fizesse a entrega.

A Folha de S. Paulo fez longa matéria informando sobre a redução do estoque de vacina de Covid-19 o que levou ao desabastecimento de diversos Estados, entre eles o Paraná.

No Balanço Geral da RIC TV o transporte de órgãos para doação é notícia por meio do SAMU aéreo. Com detalhes sobre a fila e mortes de quem não conseguiu ser atendido, a reportagem também cita a importância de comunicar a família sobre o desejo de ser doador.

Pontos Positivos

A rede de transplante do Paraná segue sendo destaque nos veículos de imprensa do Estado que apoiam fortemente a marca do Paraná em ser o líder em doação de órgãos.

Até mesmo veículos que optam por trazer temas mais sensacionalistas divulgam de forma correta o trabalho da Central de Transplantes, com muitos elogios e entrevistas pertinentes. A assessoria de imprensa da Sesa precisa apenas monitorar dentro das regras da Central os cuidados em preservar a identidade das pessoas envolvidas com o transplante.

Algo que já ocorre pelos materiais analisados.

Riscos à Imagem

É perigosa a matéria da Folha de S. Paulo ao citar que há um desabastecimento vacinal em alguns Estados. Ela pode levar as pessoas ao entendimento de que não há vacina e que portanto, não há motivos para buscar os postos de atendimento.

Por isso, ainda que o tema não atinja diretamente a gestão da Sesa é necessário um toque de atenção da assessoria para que sejam acompanhadas as críticas ao tema. Principalmente nas redes sociais, onde acontece um levante com maior agilidade.

Sugestões de Estratégias

Para garantir que a população não deixe de buscar a imunização, o Governo do Estado do Paraná pode adotar uma estratégia de comunicação preventiva e focalizada, direcionando a informação de maneira individualizada para cada região. Essa abordagem visa atender às necessidades específicas de cada área geográfica, assegurando que a mensagem chegue de forma clara e relevante, sem gerar confusão ou desinformação.

A chave para essa estratégia está na identificação das demandas regionais, verificando, por exemplo, a cobertura vacinal necessária em cada área e se há algum déficit de doses de vacinas específicas. Essa personalização da comunicação permite que o Estado direcione seus esforços de forma mais eficiente. Um exemplo claro seria a situação da fronteira com a Argentina, que enfrenta um aumento nos casos de sarampo. Nesse caso, a comunicação do Paraná deve priorizar a divulgação de informações sobre a imunização contra o sarampo, abordando a quantidade de doses disponíveis, os pontos de vacinação, os horários de atendimento e reforçando a importância da vacina para prevenir a doença, sem confundir a

população com informações sobre outras vacinas, como as da Covid-19, caso estas não sejam o foco imediato.

Comunicados, releases, notas à imprensa e demais materiais de divulgação devem ser elaborados de acordo com a realidade de cada regional. Assim, o conteúdo se torna mais eficiente, já que estará diretamente alinhado com as necessidades e preocupações locais, evitando ruídos ou desvios da mensagem central.

Esse tipo de comunicação estratégica também fortalece a confiança da população nas ações do Estado, pois transmite uma imagem de organização, planejamento e compromisso com a saúde pública.

Data: 29/10/2024

Veículos: G1/ TV Globo/ Grande Curitiba

Programas/editorias: Paraná/ Bom Dia Brasil/ Notícias

Títulos das matérias: Justiça determina intervenção em hospital no Paraná por 'indícios de má gestão de verba pública'/A cada três horas, um médico sofre algum tipo de violência no Brasil/

Orientação e cuidados: atendimentos de adolescentes no SUS do Paraná crescem 22%

Regiões: Londrina/ Nacional/ Curitiba

Veiculações: Negativa/ Neutra/Positiva

Análises

Intervenção no Hospital de Sarandi é notícia no G1, portal de notícias da TV Globo. O material explica que o hospital estaria com problemas para atender a população e acusa o local de não cumprir com os contratos de uso da verba pública.

No Bom Dia Brasil o tema foi violência contra médicos, segundo levantamento apresentado a cada três horas um médico sofre violência no Brasil. O Paraná aparece em 2º lugar como um estado que mais agride profissionais.

Por fim, a ação no Paraná de atendimento voltado para os adolescentes no SUS cresce 22%, segundo o portal de notícias, Grande Curitiba.

Pontos Positivos

O longo texto sobre o balanço no atendimento de adolescentes no Paraná ressalta a atuação focada no público desenvolvida pela Sesa, que atua de forma integral nos cuidados à saúde dos adolescentes.

Riscos à Imagem

A violência é um problema que transcende os portões dos hospitais. Os dados do Conselho Federal de Medicina são alarmantes e atingem toda a rede de saúde, já que se tratam de profissionais importantes para o atendimento em saúde.

Porém, outros profissionais estão nesta linha de frente e não foram considerados neste levantamento. A assessoria de comunicação precisa entender como está este tipo de situação no Estado.

Sugestões de Estratégias

Ao assegurar que a informação correta chegue ao público-alvo no momento oportuno e de forma clara, o Governo do Paraná mantém o foco na saúde da população. Um exemplo disso é o material de balanço da saúde dos adolescentes, que é fundamental para informar os cidadãos sobre a importância do cuidado com essa faixa etária. No entanto, não basta apenas divulgar os dados; é essencial promover a busca ativa pelos serviços de saúde entre os adolescentes.

Para alcançar esse objetivo, o uso de tecnologias e redes sociais será fundamental. Plataformas como o Instagram do Governo do Paraná (@governoparana) podem ser eficazes na disseminação de informações relevantes e na mobilização dos adolescentes e suas famílias, utilizando conteúdos atrativos e acessíveis. Vídeos, posts interativos e campanhas digitais são estratégias que podem engajar esse público, incentivando a adesão aos serviços de saúde e garantindo que a mensagem seja amplamente divulgada. Dessa forma, o governo reforça o compromisso com a saúde dos jovens, utilizando canais modernos e eficazes para alcançar a população.

6

11

12

13

14

15