

g

b

2

x

m

A

3.2.1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO

O Estado do Paraná, com sua complexa geografia, diversidade climática e heterogeneidade socioeconômica, apresenta um desafio persistente e multifacetado: o terreno fértil para a proliferação de diversas endemias. A análise do papel da comunicação como ferramenta estratégica de transformação social e sanitária torna-se, portanto, não apenas fundamental, mas absolutamente indispensável. Como afirma Maria Inês Bravo (2004)¹, a comunicação em saúde "é um processo complexo e dinâmico, que envolve a troca de informações entre profissionais de saúde, pacientes e seus familiares e tem como objetivo promover a saúde e o bem-estar". Essa premissa não é apenas uma observação acadêmica, mas um princípio orientador para qualquer intervenção eficaz no campo da saúde pública. A comunicação, nesse contexto, é o motor da mudança, o catalisador de novas atitudes e o alicerce para a construção de uma sociedade mais saudável e resiliente. Dentro desse cenário, a comunicação corporativa desempenha um papel fundamental no combate às endemias, facilitando a disseminação de informações, o engajamento da comunidade e a promoção de práticas saudáveis. Em um mundo digital, os meios de comunicação permitem oportunidades sem precedentes para alcançar públicos heterogêneos, personalizar mensagens e monitorar o impacto das campanhas em tempo real.

O panorama histórico-epidemiológico do Paraná oferece um rico, porém preocupante, estudo de caso. Freitas (2017), em sua análise detalhada da evolução epidemiológica do estado, destaca: "A comunicação eficaz em saúde é essencial para garantir a segurança do paciente, a adesão ao tratamento e a satisfação do paciente com os cuidados de saúde"². Essa evolução não é linear nem previsível. Novas doenças emergem, antigas ressurgem, e os padrões de disseminação se modificam constantemente. Isso exige uma adaptação permanente e dinâmica das estratégias de comunicação, que devem levar em consideração não apenas as mudanças no perfil das doenças, mas também as rápidas e profundas transformações sociais, culturais e tecnológicas que moldam a forma como a informação é disseminada, recebida, interpretada e, crucialmente, aplicada pela população. A comunicação corporativa precisa ser ágil, flexível e responsiva a essas mudanças, e com seus recursos e expertise, pode impulsionar essa agilidade e flexibilidade.

As endemias que afetam o estado do Paraná apresentam um espectro de desafios que exigem abordagens comunicacionais altamente específicas e diferenciadas. Cada doença possui

¹ Bravo, Maria I, "Comunicação em Saúde", (2004)

² Freitas, Marta H., "A arte de cuidar: a comunicação na prática clínica", (2017)

suas próprias características de transmissão, grupos de risco, manifestações clínicas e estigmas associados. Além disso, a distribuição geográfica dessas endemias varia consideravelmente dentro do estado, refletindo as complexas interações entre fatores ambientais, socioeconômicos e culturais. Uma campanha de comunicação genérica, por mais bem-intencionada que seja, está fadada ao fracasso. É preciso considerar o perfil socioeconômico das populações mais afetadas, os níveis de escolaridade, o acesso à informação, as crenças e práticas culturais e as redes sociais existentes em cada região. Uma mensagem que ressoa em uma comunidade pode ser completamente ineficaz ou até contraproducente em outra. Aqui, a comunicação corporativa é fundamental na segmentação do público e na criação de mensagens personalizadas, utilizando dados e análises para direcionar as campanhas de forma mais eficaz.

É primordial, neste ponto, apresentar dados concretos que ilustrem a magnitude do desafio e as ações do estado. Segundo dados da Secretaria de Estado da Saúde do Paraná (SESA), no que se refere à dengue, em 2024, ocorreram 56.699 notificações, 7.084 diagnósticos confirmados e dois (2) óbitos em decorrência da dengue. No total, 383 municípios apresentaram notificações da doença transmitida pelo mosquito *Aedes aegypti* e 286 tiveram casos confirmados. O governo estadual tem investido em campanhas de conscientização, além de mutirões de limpeza e controle vetorial, com foco na eliminação de criadouros do mosquito *Aedes aegypti*.

No que tange à coqueluche, em agosto de 2024, foram registrados 111 casos da doença em Curitiba. Três meses depois, novembro de 2024, o Estado do Paraná registrava 1.224 casos e 4 das 13 mortes registradas no país. De acordo com a Secretaria de Saúde paranaense, as ações de controle incluem o diagnóstico precoce, tratamento dos casos, manejo ambiental para reduzir a população de insetos vetores e ações de educação em saúde.

A mídia de massa – televisão, rádio, jornais, revistas e, cada vez mais, a internet e as redes sociais – desempenha um papel fundamental e estratégico na disseminação de informações em larga escala, alcançando públicos vastos e heterogêneos. A pesquisa abrangente de Vassallo Lopes, demonstra que "em um mundo onde a informação flui como um rio, a comunicação eficaz em saúde é a ponte que conecta o conhecimento científico à vida das pessoas, construindo pontes de compreensão, capacitação e bem-estar"³. No entanto, o uso da mídia de massa exige um planejamento cuidadoso e uma compreensão profunda do público-alvo. Não basta veicular mensagens genéricas em horários nobres. É preciso segmentar o

³ Lopes Vassallo Maria I, "Saúde e Comunicação: Interface e Perspectivas", (2005)

público, identificar os canais de comunicação mais adequados a cada grupo, adaptar a linguagem e o formato das mensagens, e monitorar constantemente os resultados para ajustar a estratégia. O sensacionalismo, a desinformação e a disseminação de notícias falsas representam ameaças significativas à saúde pública e exigem uma resposta rápida e assertiva por parte das autoridades sanitárias e dos profissionais de comunicação.

O engajamento comunitário, conquistado por meio da implementação de metodologias participativas e do diálogo aberto, é um elemento absolutamente essencial para o sucesso de qualquer programa de combate a endemias. Como Vassallo Lopes⁴ destaca em seu trabalho sobre participação comunitária em saúde, "o envolvimento ativo da comunidade no processo de comunicação em saúde, desde o planejamento até a avaliação das ações, potencializa significativamente a efetividade das intervenções de prevenção e controle". Isso significa que a comunidade não deve ser vista como um mero receptor passivo de informações, mas como um parceiro ativo, com conhecimento, experiência e capacidade de contribuir para a solução dos problemas. Rádios comunitárias, por exemplo, permitem que os membros da comunidade expressem suas necessidades, preocupações e sugestões e que participem da construção de soluções relevantes e adequadas à sua realidade.

O uso crescente e cada vez mais sofisticado de tecnologias digitais, plataformas online e aplicativos móveis tem revolucionado as possibilidades e o alcance da comunicação em saúde. A internet e as redes sociais, em particular, oferecem oportunidades sem precedentes para a disseminação rápida de informações, a interação com o público, a personalização de mensagens e o monitoramento em tempo real do impacto das campanhas. No entanto, o uso dessas ferramentas digitais também apresenta desafios significativos. A disseminação de desinformação e notícias falsas sobre saúde é um problema crescente, que pode ter consequências graves para a saúde pública. É preciso desenvolver estratégias para combater a desinformação, promover a literacia digital e garantir que as informações disponíveis online sejam confiáveis e baseadas em evidências científicas.

A comunicação em saúde também precisa considerar questões como: acesso e equidade (garantia de acesso a mensagens, independente de localidade), alfabetização em saúde (promover a compreensão), sustentabilidade, avaliação e monitoramento (medir impacto), ética e transparência (informações claras). A seguir, plano de ação detalhado para o combate às endemias no Paraná.

⁴ Lopes Vassallo Maria I, "Saúde e Comunicação: Interface e Perspectivas", (2005)

3.2.1.2. PLANO DE AÇÃO

3.2.1.2, “a” Estratégia de relacionamento com a mídia

Em uma era dominada pela informação, o acesso a dados confiáveis e contextualizados é fundamental para a construção de uma sociedade mais segura e informada. Para tanto, a comunicação aberta e honesta torna-se essencial para a construção da confiança entre a Secretaria e a comunidade, especialmente em temas sensíveis como Saúde. Assim, promover a participação da comunidade nas discussões de saúde aumenta a colaboração e a eficácia das ações da Secretaria, resultando em um ambiente mais seguro em termos de saúde pública. Como resultado há uma atuação de forma proativa que permite identificar e combater a disseminação de notícias falsas e boatos que possam prejudicar a imagem da SESA ou comprometer a saúde no Estado.

Este plano de ação busca fortalecer o relacionamento da SESA com os meios de comunicação (jornais, revistas, emissoras de rádio e TV e sites) utilizando a tecnologia como ferramenta para facilitar o acesso à informação e promover um diálogo aberto e construtivo. Estamos certos de que um plano bem estruturado reduz o risco de desinformação e rumores, assegurando que a população receba informações corretas e relevantes. Em razão disto, as redes sociais destes veículos também serão foco de atuação por entendermos que fazem parte atuante no processo comunicacional na divulgação de informações, interação com o público e na promoção de campanhas e combate a desinformação.

O fortalecimento da imagem institucional com destaque às iniciativas positivas e a transparência nas ações reforça a imagem da Secretaria como uma entidade comprometida com a segurança e o bem-estar da população. O bom relacionamento com a mídia associado a uma comunicação eficaz permite resposta rápida em situações de crise, minimizando danos à imagem institucional.

Portanto, nossa proposta é desenvolver uma estratégia de relacionamento com a mídia focada em dados de saúde, com o diferencial de utilizar tecnologia (plataforma de web interativa, chatbots com inteligência artificial, redes sociais com conteúdo exclusivo, newsletter segmentada, sala de imprensa virtual e aplicativo voltado para o tema), associada às ferramentas tradicionais de divulgação de informações à imprensa, visando ampliar o alcance e a efetividade da comunicação.

Para que a divulgação de dados atinja seus objetivos de transparência, participação e combate à desinformação, é fundamental a adoção de uma estratégia de comunicação clara,

objetiva e acessível a todos os públicos, utilizando linguagem adequada e recursos visuais que facilitem a compreensão das informações.

A construção de uma cultura de transparência e diálogo na Saúde requer esforço contínuo e compromisso de todos os atores envolvidos. A SESA, ao abraçar essa oportunidade, assume um papel de liderança na promoção de uma Saúde mais transparente, eficiente e legítima no estado do Paraná.

3.2.1.2, "b" Ações a serem desenvolvidas pela contratada

Nossa equipe multidisciplinar possui expertise em comunicação pública e no uso de tecnologias para a divulgação de dados governamentais e está preparada para desenvolver ações de assessoria de imprensa completa e inovadora para a SESA, com foco na transparência, na precisão e no interesse público com amplo uso da tecnologia. As sugestões de ações de divulgação foram divididas em curto, médio e longo prazos com previsão de execução entre 30 dias (curto prazo), 90 dias (médio prazo), 180 dias (longo prazo). São elas:

- Prioridade de atendimento (curto prazo): Entendemos que a construção de um bom relacionamento com a mídia não pode abrir mão do respeito aos prazos de fechamento dos jornalistas. Para cumprir esse ponto os assessores atuarão no sentido de conscientizar tanto as Diretorias e Coordenadorias da Secretaria e dos órgãos ligados a ela quanto o corpo técnico sobre a importância do rápido levantamento de informações, aprovações de respostas para a imprensa e disponibilização de porta-vozes. Nesse sentido, o relacionamento interno com o cliente refletirá diretamente no bom atendimento aos jornalistas, uma vez que a assessoria de imprensa não atua sozinha. É preciso que o cliente participe com prestação de informações compatíveis com a agilidade que a apuração jornalística exige. Essa premissa deve valer, sobretudo, nos casos de pautas críticas em que a prestação de informações claras e transparentes é uma das chaves para manter a credibilidade do órgão.

- Follow up (curto prazo): Toda divulgação feita pela por e-mail ou aplicativo, seja release, aviso de pauta ou nota, será acompanhada de contato telefônico com as redações para enfatizar os principais pontos do assunto e sua relevância enquanto notícia. O contato mais personalizado também é importante para identificar e esclarecer cobertura do veículo.

- Levantamento de pautas (curto prazo): A fim de identificar quais pautas estão sendo trabalhadas pelos meios de comunicação de grande circulação e audiência, inclusive de cobertura nacional, a manterá contato permanente com repórteres que cobrem a área de Segurança/ Polícia destes veículos. Essa rotina visa oferecer os profissionais da Secretaria como fonte para matérias de assuntos relacionados à Pasta e estar preparada para eventuais assuntos

negativos que exijam maior tempo de apuração interna. A tecnologia e suas aplicações em Saúde estão entre as pautas-chaves.

- Visitas às redações (curto prazo): A divulgação personalizada para veículos considerados mais relevantes na comunicação sobre Saúde inclui uma aproximação com editores e repórteres que cobrem a área. Para fortalecer esse vínculo, será elaborado um calendário de visitas informais às redações. Para a execução dessa tarefa os assessores de imprensa poderão ser acompanhados ou não do Secretário, Técnicos, Diretores ou Coordenadores da SESA. Estas visitas visam o estreitamento das relações, identificação de assuntos de interesse do veículo e fortalecimento da Pasta como fonte de informações.

- Encontros de relacionamento (curto prazo): Com a mesma finalidade das visitas às redações, porém em uma ação ainda mais próxima e exclusiva com jornalistas, a irá identificar formadores de opinião da Capital, Grande Curitiba e principais cidades do interior com potencial interesse em saúde pública. A partir dessa ação, agendará encontros com o Secretário ou responsáveis por áreas-chave da Pasta.

- Plataforma Digital Interativa (curto prazo): Criação de plataforma online com dados atualizados com estatísticas, mapas com áreas de influência determinado surto entre outros recursos que facilitem a compreensão do cenário da Saúde no Paraná. Essas informações estarão disponíveis aos profissionais de imprensa cadastrados.

- Visualização de dados (curto prazo): Utilização de gráficos, mapas e infográficos para apresentar os dados de forma clara, concisa e atrativa, facilitando a compreensão do público leigo.

- Relatórios e boletins periódicos (curto prazo): Produção de relatórios e boletins informativos com análises aprofundadas dos dados de saúde, identificando tendências, desafios e resultados alcançados pelas ações da pasta. Os boletins terão periodicidade, prioritariamente, mensal.

- Canais de comunicação diversificados (curto prazo): Utilização de diferentes canais de comunicação (redes sociais, site institucional, releases para a imprensa, participação em eventos) para atingir diferentes públicos e ampliar o alcance das informações.

- Criação de banco de dados - B.I. (curto prazo): Identificação das características-chave da região, como infraestrutura, principais atividades econômicas, dados estatísticos de criminalidade, estrutura da Secretaria na cidade ou região, programas oferecidos, equipamentos públicos disponíveis, inclusive com imagens fotográficas e vídeos, etc. Será feito também levantamento detalhado dos veículos de comunicação da região (jornais, rádios, revistas e

emissoras de rádio e tv), formadores de opinião (colunistas, blogueiros ou jornalistas que atuem na grande imprensa mas que tenham relação com a região) e influenciadores digitais com mais de 50 seguidores.

- E-mail marketing (curto prazo): Criação de e-mails informativos sobre dados e ocorrências policiais, com links para a landing page e as redes sociais da SESA, a serem enviados aos jornalistas cadastrados.

- Media training (curto prazo): Com o auxílio da SESA e da Secom serão identificados os porta-vozes da SESA qualificados para falar junto à imprensa tanto no meio digital como nos eletrônico e impresso. Esses profissionais, Diretores, Coordenadores e Técnicos serão submetidos a um treinamento com orientações sobre como responder adequadamente aos questionamentos, além de dicas para fugir das "armadilhas" dos jornalistas.

- Divulgação regular de informações (curto prazo): Envio diário para os principais veículos de comunicação do Paraná e do Brasil de informações sobre os dados e informações de saúde e eventuais desdobramentos.

- Informativos para redes sociais (curto prazo): Elaboração de informativos específicos para a divulgação de dados da área de saúde nos perfis institucionais da SESA no X, Facebook, Instagram e LinkedIn.

- Coletivas de imprensa virtuais e presenciais (curto prazo): A organizará coletivas de imprensa virtuais com transmissão ao vivo e convocação de jornalistas, para participarem online com envio de perguntas que serão respondidas em tempo real. As transmissões serão feitas utilizando aplicativos de comunicação virtual como Google Meet, Teams ou Zoom. O link será enviado exclusivamente para jornalistas a fim de garantir a exibição e interação envolvendo somente esse público. O mesmo recurso poderá ser disponibilizado nas coletivas presenciais para ampliar a participação da imprensa. As coletivas serão realizadas sempre que houver necessidade de esclarecer assuntos de grande impacto e repercussão, em âmbitos locais, regionais ou estaduais.

- Entrevistas (curto prazo): agendamento e acompanhamento de entrevistas com porta-vozes da Secretaria para programas de rádio e TV, jornais e revistas.

- Artigos de opinião (curto prazo): publicação de artigos em jornais e revistas, assinados por especialistas em Saúde sobre dados de interesse e sua relevância para a elaboração de políticas públicas.

- Comitê de crise (curto prazo): Prevendo eventuais crises que possam ter repercussão na imprensa, será organizado um comitê com as Diretorias e Coordenadorias da SESA. Esse

grupo deve estar disponível para ser acionado pela assessoria de imprensa em casos de demandas mais críticas para a rápida tomada de decisão, inclusive aos finais de semana. Será feito um trabalho de conscientização sobre a importância de conter crises já nos primeiros sinais para reduzir o impacto negativo à imagem da Secretaria. Os membros do comitê serão constantemente informados pela assessoria de imprensa sobre eventuais situações críticas que possam ganhar maior visibilidade junto à mídia e configurar uma crise de imagem.

- Briefing (curto prazo): Antes de cada entrevista, a assessoria irá orientar o porta-voz sobre o perfil do veículo e do repórter e como atender as particularidades da pauta. Também será produzido material de apoio com informações, dados e histórico do assunto.

- Transmissões ao vivo (curto prazo): Usar redes sociais para transmissões ao vivo de eventos, como operações de segurança ou campanhas comunitárias, com espaço para perguntas da imprensa em tempo real. Esta atividade aumenta a transparência e o engajamento, permitindo que a população e a mídia interajam diretamente.

- Website da Secretaria de Estado da Saúde (médio prazo): Criação de landing page dedicada com informações detalhadas sobre os "Dados da Saúde" e um formulário para cadastro de interessados para recebimento de informações por meio de WhatsApp ou acesso ao aplicativo "Tá na mão", a ser criado e disponibilizado para a SESA.

- Recursos interativos (médio prazo): criação de linha do tempo com a evolução dos dados de saúde pública no Paraná, mapas interativos com a distribuição geográfica de ocorrências, gráficos e dashboards com estatísticas relevantes. Essas informações estarão disponíveis no website da Secretaria e no "Tá na mão".

- Webinars e podcasts (médio prazo): Realizar webinars e podcasts regularmente com especialistas em saúde, abordando temas relevantes e com a participação de jornalistas. Esta ação aumenta o engajamento e fornece conteúdo rico que os profissionais de comunicação podem utilizar em suas reportagens.

- Relacionamento com influenciadores (médio prazo): Colaborar com influenciadores locais para amplificar mensagens de Saúde, utilizando suas plataformas para alcançar um público mais amplo. A ação pode atrair a atenção de um público jovem e diversificado, aumentando o impacto da comunicação.

- Jornalismo participativo. (médio prazo): Criação de canal onde cidadãos possam enviar sugestões de pautas e histórias sobre saúde pública, colaborando com a imprensa local. A atividade fortalece a conexão entre a comunidade e a mídia, além de diversificar as narrativas.

As pautas escolhidas poderão ser feitas pela equipe da e divulgadas nos meios de comunicação da SESA.

- Workshops e palestras (médio prazo): Organização de eventos para apresentar o tema "Dados de Saúde" para jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, com a participação de especialistas e representantes da Secretaria. Os encontros terão como focos a ética, a precisão e a contextualização das informações.

- Veículos especializados (médio prazo): O relacionamento com veículos especializados será ampliado, uma vez que a participação de técnicos da SESA em matérias nestas publicações consolida o seu papel como fonte segura e confiável do setor, reforçando essa percepção junto à grande imprensa.

- Entrevistas exclusivas nacionais (médio prazo): Além das coletivas de imprensa, a providenciará um calendário de entrevistas exclusivas do Secretário em algumas capitais com a finalidade de aproximar a SESA dos principais veículos do Brasil, apresentando as inovações implementadas novos sistemas de informação, benefícios, dificuldades e soluções para eventuais problemas.

- Artigos em blogs (médio prazo): A produzirá artigos semanais para os principais blogs de Segurança do país. Os artigos serão assinados pelo Secretário ou técnicos da SESA e trarão uma visão baseada em dados e fatos sobre o futuro da Saúde, programas e ações exemplares executadas pelos órgãos ligados à Secretaria etc.

- Mensagens em redes sociais (médio prazo): Para manter a atenção especial em mensagens encaminhadas pelas redes sociais de veículos de comunicação, todas as publicações serão respondidas com agilidade e clareza nas informações. O mesmo procedimento será adotado em relação a comentários de ouvintes, em programas de rádio e de televisão.

- Aproximação com imprensa comunitária (médio prazo): Para dar mais visibilidade às atividades da Secretaria, será incentivada aproximação das unidades de Saúde do Estado com os formadores de opinião, ou seja, blogueiros, rádios e TVs comunitárias. A proposta é estabelecer maior vínculo de relacionamento entre profissionais de saúde com a comunidade do entorno para divulgar programas, ações e projetos voltados para a área onde está instalada a unidade. Serão agendadas entrevistas e feito o acompanhamento do envio do material para blogueiros e jornalistas comunitários. Os assessores da estarão presentes e auxiliarão as fontes quanto ao discurso e mensagens a serem transmitidas. Esta ação, associada às desenvolvidas para a Grande Imprensa, garantirá maior capilaridade aos programas e ações de cunho tecnológico promovidos pela SESA.

- Hackathons (longo prazo): Organizar hackathons envolvendo jornalistas, especialistas em comunicação e startups voltadas para saúde para desenvolver soluções criativas para a criação de projetos voltados para agilizar e aprimorar serviços na área. Isto estimula a inovação e a colaboração, resultando em abordagens frescas e eficazes/

- Aplicativo “Tá na mão” (longo prazo): Desenvolvimento de aplicativo móvel para facilitar o acesso de formadores de opinião aos serviços da SESA, como boletins de ocorrência, estatísticas e informações sobre Saúde. A ferramenta também permitirá acionar a equipe de assessoria de imprensa em tempo real. Esta iniciativa proporciona transparência e reduz o tempo de resposta, evitando desinformação.

Ao implementar essas ações de forma integrada e consistente, podemos avançar significativamente na promoção da transparência na divulgação de dados policiais, fortalecendo a confiança, a legitimidade e a eficácia das instituições de Saúde. É importante ressaltar que a divulgação de dados policiais é um tema complexo e multifacetado, que envolve diferentes perspectivas e desafios. A busca por um equilíbrio entre transparência, privacidade e Saúde exige um debate contínuo e a construção de mecanismos que garantam o acesso à informação e a proteção dos direitos individuais.

3.2.1.2, "c" Materiais a serem produzidos

-Podcast (curto prazo): Será criado podcast quinzenal a ser desenvolvido em conjunto com os profissionais das áreas técnicas da SESA. Com duração média de 15 minutos, tratará do que foi realizado e das novidades que virão nas próximas semanas voltadas para a Saúde. Iremos atuar ao lado da equipe do projeto na definição de pautas, escolha de plataforma de exibição, identificação de estúdio para gravação, etc. Os arquivos de áudio serão enviados aos veículos de comunicação para livre reprodução. Para ampliar a audiência, sugerimos a divulgação nas redes sociais da Secretaria e do governo do Estado. As peças terão informações sobre o endereço eletrônico de acesso ao podcast e e-mail para envio de sugestões de pauta e perguntas para serem respondidas por meio de boletins, estimulando a interação com os cidadãos e o retorno dos ouvintes.

-Perguntas e respostas (Q&A) (curto prazo): Será elaborado um guia digital com respostas para uma grande gama de perguntas que possam surgir sobre Dados de Endemias. Esse material será de extrema importância para que todos os porta-vozes e assessores de imprensa estejam alinhados e não prestem informações divergentes. O Q&A também será ferramenta fundamental de apoio para preparar os porta-vozes, principalmente para questionamentos mais críticos.

- Cartilha Digital (curto prazo): Com apoio das áreas técnicas da SESA, faremos uma cartilha digital com questões práticas sobre as atividades da Secretaria, dados de saúde e programas voltados à comunidade. A cartilha terá mapas com as unidades de saúde no Estado, relação completa das atividades desenvolvidas pela Pasta, telefones úteis para os usuários, glossário do setor, endereços de sites e redes sociais da SESA e contatos com a área de comunicação. A cartilha funcionará como um guia para o jornalista e será disponibilizada no aplicativo “Tá na mão” e nos sites da SESA e coligadas.

- Press kit (curto prazo): Para fortalecer as relações com a imprensa será produzido press kit que incluirá release sobre as ações desenvolvidas, com infográficos, mapas da região atendida, telefones úteis e informações sobre a atividade. O texto do release indicará, ainda, o endereço digital para os jornalistas acessarem a cartilha informativa. Esse material, com gráficos e dados apresentando o “antes e depois” de ações da Secretaria, será disponibilizado no formato digital. A distribuição será feita por e-mail para todas as redações do Estado e as principais do País, seguida de contato para checagem de recebimento. O press kit também poderá ser disponibilizado nos sites da SESA e coligadas e no “Tá na mão”.

- Informativos para redes sociais (curto prazo): Apuração de informações para a elaboração de criativos sobre Dados de Saúde. A partir destas apurações, as equipes voltadas às redes sociais irão preparar os posts. Serão preparados briefings específicos voltados para as redes sociais X, Facebook, Instagram e LinkedIn.

- Notas (curto prazo): O formato de notas será utilizado para divulgar dados e também programas da Secretaria Estadual da Saúde. O objetivo é pautar o assunto na mídia e levar dados interessantes sobre as atividades da SESA. As notas terão caráter de exclusividade, antecipando-se aos releases.

- Press Releases (curto prazo): Os press releases são considerados materiais de base para a comunicação sobre as ações da SESA. Toda distribuição de release será seguida por follow up ou sugestão de entrevista, por exemplo. Os textos dos releases produzidos pela agência terão como diretriz a prestação de serviço à sociedade.

- “Tá na mão” (longo prazo): Aplicativo que conecta jornalistas e a Secretaria de Estadual de Saúde será uma ferramenta extremamente valiosa e benéfica para ambas as partes, bem como para a sociedade em geral. O aplicativo permitirá que os jornalistas recebam comunicados, dados estatísticos, alertas sobre ocorrências relevantes e outros materiais diretamente da fonte oficial, garantindo a precisão e a agilidade na cobertura de notícias. Poderá incluir uma funcionalidade de chat ou contato direto com os responsáveis pela comunicação da

Secretaria, agilizando o processo de solicitação de entrevistas, esclarecimento de dúvidas e obtenção de informações adicionais. O app irá reunir em um só lugar todos os dados, documentos e comunicados relevantes para a cobertura de Saúde, facilitando o trabalho dos jornalistas e evitando a necessidade de buscar informações em diferentes fontes. Essa ferramenta irá contribuir significativamente para a melhoria da comunicação, da transparência e da qualidade da informação sobre Saúde, fortalecendo a relação entre a imprensa, o governo e a sociedade.

3.2.1.3 OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

A gestão da imagem institucional da Secretaria de Saúde do Paraná (SESA) é fundamental para o sucesso das ações de monitoramento e controle de endemias no estado. Uma imagem positiva e confiável contribui para o engajamento da população, a adesão às medidas preventivas e a colaboração com os esforços de controle das doenças. Para fortalecer a imagem da SESA e garantir a confiança do público, é importante destacar os pontos positivos da atuação da Secretaria e desenvolver estratégias de comunicação eficazes.

Transparência e acesso à informação

A transparência na divulgação de dados e informações sobre as endemias é um pilar básico para a construção de uma imagem positiva da SESA. A população precisa ter acesso fácil e rápido a informações relevantes sobre a situação epidemiológica, os riscos, as medidas de prevenção e as ações de controle. A SESA demonstra seu compromisso com a transparência ao disponibilizar informações atualizadas e confiáveis em diversos canais, como o site institucional, redes sociais, boletins informativos e imprensa. A linguagem utilizada é clara, objetiva e acessível a todos os públicos, evitando jargões técnicos que possam dificultar a compreensão.

A publicação periódica de boletins epidemiológicos com dados sobre a incidência das doenças, a distribuição geográfica dos casos, os grupos de risco e as medidas de prevenção recomendadas reforça a transparência da SESA. Esses boletins são divulgados amplamente para que a população tenha acesso à informação de forma clara e concisa. Além disso, a Secretaria disponibiliza em seu site institucional informações detalhadas sobre cada epidemia, incluindo sintomas, formas de transmissão, tratamento e prevenção, demonstrando seu compromisso em manter a população informada.

A utilização das redes sociais como ferramenta de comunicação e divulgação de informações sobre as endemias também contribui para a transparência da SESA. As redes sociais permitem uma comunicação mais direta e interativa com a população, além de facilitar o compartilhamento de informações relevantes.

Comunicação Eficaz e Multicanal

A comunicação eficaz é essencial para que a população compreenda as mensagens sobre as endemias, adote comportamentos preventivos e colabore com as ações de controle. A SESA investe em estratégias de comunicação multiplataforma, utilizando diferentes canais e formatos para alcançar os diversos públicos. As mensagens são segmentadas de acordo com as características de cada grupo, utilizando linguagem e recursos visuais adequados à idade, nível

de escolaridade, cultura e outros fatores relevantes. A avaliação periódica da efetividade da comunicação permite identificar falhas e realizar os ajustes necessários.

As campanhas de comunicação da SESA são planejadas de forma estratégica, com objetivos claros e mensuráveis. O público-alvo de cada campanha é definido, assim como as mensagens-chave que se deseja transmitir, os canais de comunicação mais adequados e os indicadores de sucesso. As campanhas são criativas e inovadoras, utilizando recursos visuais e linguagem que chamem a atenção do público. A SESA utiliza diferentes formatos, como vídeos, animações, podcasts, jogos e aplicativos, para tornar a comunicação mais atrativa e interativa.

A comunicação sobre as endemias é constante e não se limita a períodos de surtos ou epidemias. A SESA mantém a população informada sobre as doenças, mesmo quando a situação epidemiológica está controlada. Essa comunicação contínua contribui para a conscientização da população sobre os riscos e as medidas de prevenção, além de fortalecer a imagem da Secretaria como uma instituição presente e atuante na área da saúde.

Medidas Proativas e Eficientes para o Controle de Endemias

A SESA adota medidas proativas e eficientes para o controle de endemias, o que contribui para a construção de uma imagem de instituição preparada e atuante na proteção da saúde da população. A Secretaria investe em tecnologias inovadoras, como plataformas digitais e inteligência artificial, para fortalecer as ações de monitoramento e controle, além de ter um plano de gestão de crises bem definido para garantir uma resposta rápida e eficaz em situações de emergência.

A plataforma digital desenvolvida pela SESA integra dados epidemiológicos, informações de saúde ambiental e ações de comunicação, permitindo uma resposta mais rápida e eficaz às ameaças de endemias. O sistema inclui ferramentas como georreferenciamento de casos, análise preditiva de surtos e alertas em tempo real para profissionais de saúde e população. Essa plataforma facilita o acesso à informação, a comunicação entre os diferentes atores envolvidos no controle de endemias e a tomada de decisão baseada em dados.

O plano de gestão de crises da SESA prevê diferentes cenários e estabelece medidas de resposta para cada um deles. O plano define as responsabilidades de cada setor da Secretaria, os fluxos de comunicação interna e externa, e os recursos necessários para lidar com a crise.

3.2.1.4 IDENTIFICAÇÃO DE RISCOS A IMAGEM

Três pontos críticos se destacam como fundamentais para o sucesso das ações de comunicação corporativa da Secretaria de Estado da Saúde do Paraná (SESA) relacionadas ao monitoramento de endemias.

Comunicação baseada em evidências e adaptada ao contexto paranaense

Este primeiro ponto crítico abrange a necessidade de uma comunicação que não seja apenas informativa, mas persuasiva e transformadora, fundamentada em dados sólidos e adaptada à realidade específica do Paraná. Isso implica, primeiramente, na análise e interpretação de dados complexos. O Paraná enfrenta desafios com diversas endemias, cada uma com suas particularidades. Os dados epidemiológicos gerados são complexos e, muitas vezes, inacessíveis ao público leigo. A SESA deve atuar como "tradutora" desses dados, transformando-os em informações claras e relevantes. Isso se concretiza através de ações como a criação de infográficos regionais interativos, mostrando a situação das endemias em cada uma das 22 Regionais de Saúde, com dados de incidência, mapas de calor e informações específicas para cada localidade. Boletins epidemiológicos simplificados, seções de "Perguntas e Respostas" (FAQ), histórias de impacto com pessoas afetadas por endemias no Paraná, parcerias com universidades estaduais e federais e um glossário de termos técnicos são outras ações fundamentais.

Essa tradução de dados complexos, no entanto, não é suficiente por si só. É preciso integrar essa análise com a promoção da saúde e o engajamento da população, visando a mudança de comportamento. O controle das endemias depende da participação ativa da população, e isso exige estratégias de comunicação persuasivas e contínuas. A SESA deve investir em campanhas multimídia temáticas utilizando diversos canais (vídeos, spots de rádio, redes sociais, etc.). O engajamento de influenciadores digitais paranaenses, como youtubers e instagrammers, amplia o alcance das mensagens, especialmente entre os jovens.

Comunicação integrada e coordenada em todos os níveis

Este segundo ponto crítico enfatiza a importância da comunicação como parte integrante de um ecossistema de ações de saúde pública, e não como uma atividade isolada. A comunicação deve estar alinhada com as ações de vigilância epidemiológica, vigilância entomológica, assistência à saúde, controle de vetores e pesquisa da SESA. Isso significa que a assessoria de comunicação deve participar ativamente do planejamento estratégico das ações de saúde pública relacionadas às endemias, desde o início. A comunicação deve ser vista como uma ferramenta estratégica para o alcance dos objetivos de saúde pública.

A integração com as ações de saúde pública se concretiza através da participação da assessoria de comunicação no Comitê Estadual de Enfrentamento às Arboviroses, do alinhamento com o Plano Estadual de Saúde do Paraná e da divulgação dos serviços de saúde disponíveis para o atendimento de casos de endemias (UPAs, hospitais de referência, locais de vacinação). A comunicação interna com os profissionais de saúde, informando-os sobre as ações de combate às endemias, protocolos de atendimento e campanhas em andamento, é fundamental para garantir a uniformidade das informações e o engajamento dos profissionais. Canais para receber feedback da população, como ouvidoria e redes sociais, permitem aprimorar a comunicação e as ações de saúde, em um ciclo contínuo de melhoria.

A comunicação em momentos de crise é um componente fundamental. A SESA deve ter um plano de comunicação de crise pré-estabelecido, com protocolos claros, porta-vozes definidos, canais de comunicação prioritários e estratégias para diferentes cenários. O plano deve ser atualizado regularmente e testado.

Monitoramento, avaliação e aprendizado contínuo

Este terceiro ponto crítico permeia todos os demais, garantindo que as ações de comunicação sejam efetivas, eficientes e adaptadas às necessidades em constante mudança. Não basta implementar ações de comunicação; é fundamental monitorar e avaliar seus resultados para verificar se os objetivos estão sendo alcançados, identificar pontos de melhoria e ajustar as estratégias.

A SESA deve estabelecer indicadores de desempenho claros e mensuráveis para as ações de comunicação sobre endemias e implementar um sistema de monitoramento e avaliação contínuo. Isso envolve a coleta e análise de dados quantitativos (alcance das mensagens, engajamento, etc.) e qualitativos (percepção da população, mudanças de comportamento, etc.). Os resultados devem ser utilizados para retroalimentar o planejamento e aprimorar ações futuras, em um ciclo de aprendizado contínuo. Ações concretas incluem a definição de indicadores de desempenho (alcance das campanhas, engajamento nas redes sociais, acesso ao site da SESA, conhecimento da população, mudanças de comportamento), monitoramento de mídia social utilizando ferramentas especializadas, análise de dados epidemiológicos para verificar a correlação entre as ações de comunicação e a redução das endemias, e a produção de relatórios periódicos de avaliação com análise dos resultados e recomendações para melhorias. Esse processo de monitoramento e avaliação deve estar integrado a todos os outros pontos, fornecendo informações para aprimorar a comunicação em momentos de crise e a integração com as ações de saúde pública.

3.3 ANÁLISE DE IMAGEM

Data: 01/08/2024

Total de matérias: - 66

Rádio: 12 matérias - Rádio Cultura (Apucarana) (2), Cultura Sul (97,5 FM - São M. do Sul) (1), Mundo Livre FM (93,3 FM - Curitiba) (1), Nova AM (Apucarana) (4), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2), Paiquerê AM (Londrina) (1), Sant'Ana (Ponta Grossa) (1)

TV: 11 matérias - Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Bem Paraná (1), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias PR (1), SBT Paraná (1), Tá na Hora Paraná - Maringá (2), Tribuna da Massa - Maringá (2)

Impresso: 22 matérias - Diário do Noroeste (1), Diário dos Campos (1), Folha do Litoral: (1), Folha Online (1), Gazeta de Toledo (1), Gazeta Diário (2), Indústria e Comércio (2), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (1), Jornal da Manhã PR (2), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Jornal O Paraná (2), O Presente (1), Tribuna de Cianorte (1), Tribuna do Paraná (1), Umuarama Ilustrado (2)

Sites: 21 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (4), Bondes (1), Capital da Tilápia (5), Femipa: (1), Gdías (2), Jornal E (1), O Luzieiro (1), Paraná Portal (1), Pinga Fogo (1), Tribuna do Vale (1), Tribuna SCS (1), NotaPositivo (1)

Análise dos assuntos em destaque: a cobertura jornalística destaca uma forte ação governamental para conter o avanço da coqueluche por meio da vacinação, a persistência do desafio da dengue (mesmo com ações de controle) e o contínuo sucesso do Paraná em transplantes. Outras iniciativas de saúde pública também ganharam espaço, mas em menor proporção. O hospital Metropolitano de Sarandi, também, foi destaque, por conta de problemas internos.

Riscos à imagem: A atual situação da saúde no Paraná pode apresentar riscos significativos à imagem da gestão pública. O surto de coqueluche, com aumento exponencial de casos, somado ao alto número de casos de dengue e aos problemas estruturais e de pessoal no Hospital Metropolitano de Sarandi, são fatores para uma crise de confiança na população. Essa combinação de pontos negativos sugere ineficiência, falta de prevenção e possível negligência na gestão da saúde. A explosão de casos de coqueluche, mesmo após alertas, indica falhas nas campanhas de vacinação e na implementação de políticas públicas. A alta incidência de engasgos, especialmente em crianças, levanta questionamentos sobre a prevenção. A conjunção de surtos de doenças (coqueluche, dengue, investigação de febre Oropouche) pode criar a percepção de um ambiente com riscos sanitários elevados, prejudicando o turismo, a

atração de investimentos e a qualidade de vida. A ênfase contínua nos problemas, se não acompanhada de soluções claras e efetivas, pode reforçar a impressão de má gestão e falta de capacidade das autoridades em lidar com a situação.

Oportunidade de mídia positiva: Diante dos desafios na saúde, o Paraná tem a oportunidade de gerar mídia positiva, focando em soluções e resultados. A campanha de vacinação contra a coqueluche pode ser um case de sucesso, divulgando o aumento da cobertura vacinal, histórias de superação e parcerias com influenciadores. Criar um marco, a "Virada da Vacinação", seria estratégico. A liderança em transplantes é outro ponto forte: compartilhar histórias de vidas transformadas, buscar reconhecimento nacional e promover entrevistas com especialistas que reforçam a excelência do programa. No combate à dengue, destacar o uso inovador do método Wolbachia e o engajamento da comunidade geram notícias positivas. Ações de prevenção (tabagismo, aleitamento materno, saúde do homem) e o investimento em pesquisa (doenças neurológicas) também merecem destaque. No caso do Hospital Metropolitano, apresentar um plano de reestruturação e reforçar sua importância regional são essenciais.

Sugestão de ação de comunicação: a assessoria de comunicação deve agir em três frentes: curto prazo (resposta imediata): Gabinete de crise, porta-voz treinado, transparência total (hotsite com informações, boletins, respostas rápidas), mapeamento de jornalistas, reuniões de pauta, fact-checking contra fake news e respostas ágeis nas redes sociais. Médio prazo (construção de imagem): campanhas temáticas (vacinação, doação de órgãos, dengue, saúde do homem) com conteúdo de qualidade (press releases, artigos, infográficos, redes sociais), relacionamento com influenciadores, eventos presenciais (vacinação, visitas a hospitais) e monitoramento constante da mídia e redes sociais. Longo prazo (consolidar a imagem): fortalecer a imagem da saúde pública do Paraná, buscando prêmios, firmando parcerias e investindo na comunicação interna.

Data: 02/08/2024

Total de matérias 216

Rádio 10 matérias Banda B AM (Curitiba) (1), Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Bandnews FM (Curitiba) (2), CBN Curitiba Online (2), CBN Ponta Grossa - Online (1), Cultura (Apucarana) (1), Difusora (Curitiba) (1)

TV 17 matérias Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Boa Noite Paraná (1), Brasil Urgente Londrina (1), CNT Notícias Pr (2), Jornal Tarobá 1ed. (2), Jornal Tarobá 2ed. (2), Paraná Em Pauta (2), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias Pr (1), SBT Paraná (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (1)

Impresso 119 matérias Agora Litoral (1), A Notícia Digital (2), A Rede (1), Beltrão Agora (1), Capital Da Tilápia (3), Cgn (3), Conecta Oeste (2), Correio Do Cidadão (1), Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Correio Do Lago (1), Correio Dos Campos (1), Costa Oeste News (1), Crn Online (2), Diário Do Noroeste (4), Diário Dos Campos (1), Diário Do Sudoeste (2), D'Ponta News (2), Folha De Cianorte (1), Folha De Irati (1), Folha De Londrina (2), Folha Do Norte - Bandeirantes (1), Gazeta De Toledo (1), Gazeta Diário (1), Grande Curitiba (1), Gr Notícias (1), Hoje PR (2), Impacto Paraná Online (1), Indústria E Comércio (2), Informe Policial (2), Iporã News (3), Jaguariaíva Em Foco (2), Jornal Bem Paraná (3), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal De Colombo (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Jornal Do Rebouças (1), Jornal Integração (1), Jornal Noroeste (1), Jornal Ponta Grossa (2), Jornal Tarobá 1ed. (2), Jornal Tarobá 2ed. (2), Londrix (1), Marechal News (2), Maringá Post (1), Metrópole São José (3), Mz. Notícia (1), Nossa Gente (2), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (2), O Globo (1), O Melhor Da Cidade (2), Portal 24 (1), Portal Altônia (2), Portal Alto Piquiri (2), Portal Cantagalo (1), Portal Cantu (2), Portal Consed (1), Portal H2Foz (1), Portal Irati (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (2), Portal Rdx (1), Portal Reserva News (1), Preto No Branco (2), Repórter Do Vale (1), RIC Mais (1), RIC Notícias (1), Rr Mais (1), SBT Notícias Pr (1), SBT Paraná (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (1), Tá No Site (2), Tribuna Do Norte (1), Tribuna Do Norte (Pr (1), Tribuna Do Oeste (2), Tribuna Do Vale (3), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1), Viver Toledo (1)

Sites 70 matérias Bahia Revista (2), Blog Do Hp (2), Blog Do Lago (1), Blog Luciana Pombo (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Bonde (1), Brasil Urgente Londrina (1), Cantu Em Foco (2), CaTve.Com (1), CBN Curitiba Online (1), Cgn (1), CNT Notícias Pr (1), Conecta Oeste (1), Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Do Noroeste (1), Difusora (Curitiba) (1), Folha De Londrina (1), Gdias (1), Gr Notícias (1), Ib (1), Ibi (1), Iporã News (1),

Jaguariaíva Em Foco (1), Jornal Bem Paraná (1), Londrix (1), Marechal News (1), Maringá Post (1), Metrópole São José (1), Mz Notícia (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), O Melhor Da Cidade (1), Paraná Em Destaque (1), Paraná Em Pauta (2), Portal 24 (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Cantagalo (1), Portal Cantu (1), Portal Consed (1), Portal H2Foz (1), Portal Irati (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Portal Rdx (1), Portal Reserva News (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Educadora (1300 Am - Dois Vizinhos) (1), Rádio Independência (1), Rádio Nova Era (1), Rede Vitrine Paraná (1), Repórter Do Vale (1), RIC Mais (1), Roraima Rede (2), Rr Mais (1), Tá No Site (1), Tribuna Do Norte (Pr) (1), Tribuna Do Vale (1), TV Cariri (2), TV Goyazes (2), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1), Omsa (1)

Análise dos assuntos em destaque: Os temas com maior recorrência hoje são a campanha intensa de vacinação nas escolas para aumentar a imunização infantil; avaliação da resposta do Paraná a emergências de saúde pela Organização Mundial da Saúde e o alerta e as ações de combate ao aumento de casos de coqueluche no Paraná.

Risco à imagem: Temas de saúde (vacinação, OMS, coqueluche) trazem riscos se mal geridos operacional e comunicacionalmente. Manter a percepção pública de competência, transparência e responsabilidade é diferencial. Portanto, para mitigar riscos/oportunidades é importante ter gestão eficaz e organizada. A comunicação deve ser clara, honesta e proativa e deve haver empatia e respeito, especialmente sobre a vacinação.

Oportunidade de mídia positiva: O governo do Paraná pode gerar mídia positiva ao destacar o lançamento e a forte adesão da campanha de vacinação nas escolas, noticiando histórias de famílias e crianças que se beneficiaram da vacina, evidenciando a eficiência da logística e o aumento significativo da vacinação infantil.

Sugestão de ação de comunicação: a assessoria de comunicação deve ter planejamento estratégico robusto, que defina narrativas centrais positivas para cada tema - como destacar a proteção do futuro através da vacinação, a busca pela excelência com a avaliação da OMS, e o controle eficaz da coqueluche. Em seguida, lançar campanhas e eventos midiáticos com forte apelo visual e informativo, produzir conteúdo multimídia diversificado e atraente, sugerir pautas positivas e exclusivas aos veículos de comunicação e criar espaços de diálogo aberto com a população, como lives e FAQs. No âmbito da reação e gestão de crise, a assessoria deve monitorar constantemente a mídia e as redes sociais, responder de forma rápida e eficaz a informações negativas ou imprecisas.

Data: 03/08/2024

Total de matérias: 38

Rádio: 10 matérias: Rádio Banda B AM (Curitiba) (1), Rádio CBN (Curitiba) (1), Rádio Difusora (Curitiba) (4), Rádio Nova AM (Apucarana) (1), Rádio Paiquerê AM (Londrina) (1), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (2)

TV: 5 matérias: Balanço Geral PR (1), Band News (2), Jornal Tarobá 1ed. (1), Tarobá Notícias (1)

Impresso: 14 matérias: Gazeta do Paraná (1), Jornal da Manhã Pr (4), Jornal Metrópole São José (1), Jornal O Paraná (4), Jornal Tribuna do Interior (1), Jornal Tribuna do Norte (Pr) (2), Jornal Umuarama Ilustrado (1)

Sites: 9 matérias: Agora Litoral (1), Aqui Agora Net (1), Ed Notícias (1), Folha de Cianorte (1), Página Um News (1), Portal Brasil Empresarial (1), Portal Nova Santa Rosa (1), Tanacidade.Com (1), Tribuna Do Paraná Online (1)

Análise dos assuntos em destaque: Três temas dominam a mídia de saúde hoje. O primeiro são as notícias que destacam a forte campanha do governo para vacinar estudantes. Reflete esforço intenso e comunicação ativa para aumentar cobertura vacinal infantil nas escolas. Trata-se de estratégia-chave para proteger a saúde e reduzir a doença. Em seguida, vem a cobertura sobre vacinação em escolas (geral e PR) que reforça a importância do ambiente escolar para a imunização. Escolas são vistas como locais estratégicos para alcançar crianças e adolescentes e elevar taxas de vacinação. O terceiro tema é a recorrência do "SESA alerta", em função do surto de coqueluche. Indica risco de surto ou aumento de casos, exigindo atenção e ações preventivas, como reforço da vacinação contra a doença.

Risco à imagem: Os temas de saúde em foco no Paraná, apesar de seus objetivos positivos, carregam consigo riscos consideráveis para a imagem do Governo do Estado se não forem cuidadosamente administrados. A campanha de vacinação escolar, por exemplo, enfrenta o risco de ser percebida como excessivamente impositiva, mesmo que não haja obrigatoriedade legal, gerando resistência por parte de famílias que valorizam a autonomia na decisão sobre a saúde dos filhos. Falhas operacionais na execução da campanha, como desorganização ou falta de recursos, podem facilmente se traduzir em uma imagem de gestão ineficiente. Além disso, a ocorrência de eventos adversos, mesmo que raros e não diretamente relacionados às vacinas, pode ser explorada politicamente, gerando pânico e minando a confiança na campanha e no governo, especialmente se a comunicação sobre estes eventos for inadequada. A própria natureza polarizadora do tema da vacinação pode levar a campanha a ser interpretada de forma

ideológica, alienando grupos diversos da população. A comunicação alarmista sobre a coqueluche, sem oferecer informações claras sobre prevenção e tratamento, pode gerar pânico e ansiedade, com o governo sendo criticado por não tranquilizar a população.

Oportunidade de mídia positiva: As oportunidades de mídia positiva para o Governo do Paraná em saúde são vastas. Na Campanha de Vacinação Escolar, foque no sucesso da adesão e cobertura, nas histórias de impacto humano (crianças saudáveis, famílias aliviadas), na eficiência da logística e nas parcerias comunitárias. Buscar prêmios valida a iniciativa. Para Vacinação em Escolas (geral), posicione o Paraná como líder em saúde pública e inovação, defendendo a saúde infantil e juvenil como prioridade. Mostre visão de longo prazo e investimento no futuro, e use o tema para educar sobre a vacinação e combater a desinformação. No tema Coqueluche, enfatiza a ação rápida e transparente do governo, o fortalecimento da vigilância e do sistema de saúde, a proteção dos mais vulneráveis e a colaboração com profissionais. Se o surto for controlado, divulgue o sucesso com dados.

Sugestão de ação de comunicação: Para otimizar a imagem do Governo do Paraná nos temas de saúde, a assessoria de comunicação deve adotar uma estratégia multifacetada. Inicialmente, deve planejar narrativas positivas e mensagens-chave segmentadas para diversos públicos, escolhendo canais estratégicos e criando um cronograma detalhado. Em seguida, a proatividade é essencial, o que envolve organizar eventos midiáticos impactantes, produzir conteúdo multimídia atraente e informativo para diversas plataformas, sugerir pautas positivas e exclusivas à imprensa e criar canais de diálogo aberto com a população para esclarecer dúvidas. No âmbito da reação e gestão de crise, o monitoramento constante da mídia e redes sociais é vital para responder rapidamente a informações negativas ou imprecisas e ter planos de comunicação prontos para cenários de crise, cultivando sempre um bom relacionamento com jornalistas. Por fim, a mensuração e avaliação contínua, através de KPIs claros e relatórios de desempenho, garante o ajuste estratégico das ações, com o objetivo final de maximizar a mídia positiva, gerir riscos à imagem e consolidar a reputação de um governo estadual competente e responsável na área da saúde, construindo e fortalecendo a confiança da população.

Data: 04/08/2024

Total de matérias: 21 matérias

Rádio: 4 matérias - Rádio Banda B Am (Curitiba) (1), Rádio CBN (Curitiba) (2), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (1),

TV: 0 matéria

Impresso: 5 matérias - Diário do Noroeste (4), Umuarama Ilustrado (1)

Sites: 11 matérias - Agora Litoral (1), Bem Paraná (1), Blog do Marcos Junior (1), CBN Curitiba Online (1), Correio do Cidadão (1), Extra Guarapuava (1), G1 - Paraná (1), GR Notícias (1), Indústria e Comércio Online (1), Paraná Portal (1), XV Curitiba (1)

Análise dos assuntos em destaque: Campanha de vacinação nas escolas do Paraná foi, de longe, o tema mais recorrente hoje. A grande maioria das matérias refere-se diretamente à campanha de vacinação que o governo do Paraná está promovendo nas escolas, com ênfase no início da campanha "a partir de segunda-feira" e no seu "reforço". Além da campanha específica do Paraná, algumas matérias tratam a "vacinação em escolas" de forma mais genérica, sem especificar o local. Isso também contribui para a recorrência do tema da vacinação no ambiente escolar como um todo. Embora menos frequente que a vacinação, o tema do aleitamento materno e da doação de leite humano é tema em alguns veículos, especialmente com a menção ao "Agosto Dourado" e a exemplos de doação de leite materno em Paranavaí.

Risco à imagem: No assunto vacinação escolar, a perda de confiança por autoritarismo percebido, ineficiência operacional, comunicação falha e responsabilização por crises sanitárias são pontos críticos. A percepção de imposição gera resistência enquanto que problemas de organização levam a uma imagem ineficiente. A associação (mesmo falsa) a efeitos adversos fomenta medo na população e a polarização com anti-vacinas divide opinião pública. No caso da coqueluche pode haver o sentimento de falha no controle sanitário associado ao alerta alarmista que pode causar pânico. Finalmente a desconfiança nas informações oficiais fragiliza a credibilidade.

Oportunidade de mídia positiva: As oportunidades de mídia positiva para o Governo do Paraná na área da saúde são amplas e podem ser exploradas para fortalecer sua imagem. Em relação a Campanha de Vacinação Escolar, é crucial divulgar o sucesso da adesão e as altas taxas de cobertura vacinal alcançadas, compartilhando estatísticas e gráficos que demonstrem o progresso e o alcance das metas. As histórias de impacto humano, como as de crianças saudáveis, famílias aliviadas e escolas protegidas, devem ser destacadas, humanizando a campanha e gerando empatia no público. A eficiência da logística e a organização da campanha

também são pontos fortes a serem comunicados, mostrando o planejamento governamental e a facilidade de acesso à vacinação. É importante enfatizar as parcerias estabelecidas com escolas, comunidade e profissionais de saúde, demonstrando um esforço conjunto. A busca por reconhecimento e prêmios para a campanha, caso seja inovadora e eficaz, pode validar ainda mais a iniciativa. O Governo do Paraná tem a oportunidade de se posicionar como líder e referência em saúde pública, promovendo a vacinação escolar como estratégia prioritária e comunicando o seu compromisso com a saúde infantil e juvenil. Mostrar a vacinação como um investimento de longo prazo no futuro da saúde e aproveitar o tema para educar e consciencializar sobre a importância geral da vacinação são abordagens positivas. No tema da coqueluche, é fundamental comunicar a ação rápida e transparente do governo no alerta e combate à doença, destacando o investimento no fortalecimento da vigilância e do sistema de saúde. Enfatizar a proteção dos grupos mais vulneráveis, a colaboração com profissionais e entidades de saúde, e, caso seja alcançado, divulgar o sucesso no controle do surto com dados concretos de redução de casos.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve agir estrategicamente. Criar campanhas eficazes, com materiais informativos claros sobre a importância da vacinação, é fundamental. Produzir conteúdo informativo, como notícias e entrevistas com dados relevantes, também. Divulgar canais de vacinação, com informações sobre locais e horários, garante acesso à imunização. Promover a vacinação por meio de eventos e ações de conscientização reforça a prevenção. Combater fake news com monitoramento e informações confiáveis é essencial. Informar sobre vacinas disponíveis para alunos, calendário e esclarecer dúvidas por canais acessíveis garante que pais e alunos tenham acesso a informações importantes. Divulgar a importância da doação de leite materno e incentivar a doação com informações sobre como doar e os requisitos são fundamentais. Manter a comunicação sobre outros assuntos relevantes, como o novo ensino médio e a coqueluche, utilizando diferentes canais e linguagem clara é essencial. Checar informações antes de divulgar e monitorar resultados para aprimorar as estratégias garante a efetividade da comunicação.

Data: 05/08/2024

Total de matérias: 108

Rádio: 25 matérias - Banda 1 (1), Bandnews FM (Curitiba) (1), CBN (Curitiba) (1), Colméia (Cascavel) (1), Cultura (Apucarana) (2), Cultura Foz Am (Foz do Iguaçu - Am 820) (1), Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus do Sul) (1), Difusora (Curitiba) (2), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Mundo Livre FM (93,3 FM - Curitiba) (1), Nova Am (Apucarana) (2), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (3), Paiquerê Am (Londrina) (1), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1), Rádio Difusora Do Xisto (Am 1030 - São Mateus do Sul) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1), Rádio Nova Ingá (Maringá 870 Am) (1), Rádio T (Ponta Grossa FM 99.9) (1), Sant'Ana (Ponta Grossa) (1)

TV: 29 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Balanço Geral Pr (2), Band Cidade (1), Band Cidade Maringá (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (1), Jornal Da Band (1), Jornal Da Record (1), Massa Comunidade (1), Meio Dia Paraná (2), Meio Dia Paraná - Londrina (2), Meio Dia Paraná - Maringá (2), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Paraná Em Pauta Manhã (1), Primeira Hora Cascavel (1), Primeiro Impacto Pr (1), Primeiro Jornal (1), RIC Notícias (2), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias Paraná - Londrina (1), SBT Paraná (2), Tribuna Da Massa - Foz Do Iguaçu (1), Tarobá Notícias (1)

Impresso: 11 matérias - Correio Da Manhã (1), Folha De Londrina (2), Folha Extra (1), Indústria E Comércio (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), O Presente (1)

Sites: 44 matérias - Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Lago (1), Blog Do Mano (1), Blog Meia Hora Notícias (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (3), CBN Curitiba Online (1), Cgn (1), Cobra News (1), Coluna Do Meio (1), Grande Curitiba (1), Hoje Pr (1), Iporã News (1), Jornal E (2), Jornal Faixa De Fronteira (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), Maringá Post (1), Nosso Dia (1), O Luzieiro (2), O Maringá (3), Portal 24 (1), Portal Da Cidade - Foz Do Iguaçu (1), Pp News Fb (1), Preto No Branco (1), Pr Portais (1), Rádio Cultura Am (1), Rádio Jornal São Miguel (2), Repórter Do Vale (1), Tá No Site (1), Tasabendo (1), Tn Online (1), Tribuna Da Fronteira (1), Tribuna Do Vale (1), Única News (1), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1)

Análise dos assuntos em destaque: Predomina a campanha de vacinação nas escolas do Paraná, com inúmeras manchetes referenciando o esforço governamental para imunizar estudantes nas unidades de ensino. Em segundo lugar, destaca-se a crescente preocupação com

o aumento de casos de diabetes e hipertensão no estado. Por fim, a necessidade de atualização das carteirinhas de vacinação complementa o panorama dos assuntos de maior destaque.

Risco à imagem: Os temas de saúde recorrentes, apesar de relevantes, trazem riscos à imagem do governo paranaense. A campanha de vacinação escolar, se mal comunicada, pode gerar percepção de imposição, alienando famílias e gerando resistência. Problemas logísticos na campanha reforçam a imagem de gestão ineficiente. O tema do aumento de diabetes e hipertensão pode ser interpretado como falha em políticas de saúde preventiva, indicando um sistema sobrecarregado e com dificuldades no cuidado da população. Já a vacinação em escolas, num contexto mais amplo, pode reavivar receios sobre a segurança e a obrigatoriedade da vacinação infantil, afetando a confiança na gestão da saúde.

Oportunidade de mídia positiva: A campanha de vacinação nas escolas é uma excelente ocasião para demonstrar o compromisso do governo com a saúde e o bem-estar da população jovem. É importante divulgar o grande número de alunos vacinados e o alcance das metas de cobertura vacinal. É possível gerar notícias focadas nas histórias de impacto humano, realçando os benefícios da vacinação na prevenção de doenças e na promoção de um futuro mais saudável para as crianças paranaenses. A eficiência e a organização da campanha, assim como as parcerias estabelecidas com escolas e comunidades, também são pontos fortes que podem ser explorados para construir uma imagem de gestão pública competente e colaborativa. No que diz respeito ao aumento de casos de diabetes e hipertensão, embora represente um desafio de saúde pública, o governo pode aproveitar a situação para demonstrar proatividade e compromisso com a saúde da população adulta, divulgando ações de prevenção, programas de apoio aos pacientes e investimentos no sistema de saúde para lidar com estas doenças crônicas.

Sugestão de ação de comunicação: a assessoria de comunicação deve comunicar claramente sobre as campanhas de vacinação, com linguagem acessível e informações sobre locais, horários e importância da vacinação, especialmente para alunos e pais. O aumento de vasectomias pode ser abordado com informações sobre o procedimento, seus benefícios, segurança e onde realizá-lo, com foco em planejamento familiar e saúde sexual masculina. A assessoria deve monitorar dados de saúde, como casos de dengue, diabetes e hipertensão, divulgando informações preventivas e de conscientização. Ações de combate à dengue, com informações sobre focos e medidas de prevenção, são importantes, assim como a divulgação de sinais, sintomas e tratamento da dengue. É importante diversificar os formatos da comunicação, com notícias, entrevistas, posts em redes sociais, materiais educativos e outros, para alcançar diferentes públicos e manter a população informada sobre saúde e bem-estar.

Data: 06/08/2024

Total de matérias: 118

Rádio: 11 matérias - Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus do Sul) (2), Difusora (Curitiba) (1), Rádio 97 FM (97.7 FM - Foz do Iguaçu) (1), Rádio Ampere (1), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (1), Rádio Cultura (820 Am - Foz do Iguaçu) (1), Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) (1), Rádio Jornal São Miguel (2), Sant'Ana (Ponta Grossa) (1)

TV: 20 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade 1ª Edição (2), Bora Maringá (1), CNT Notícias Pr (2), Meio Dia Paraná - Cascavel (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Paraná Em Pauta (1), Primeira Hora Cascavel (3), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), Primeiro Jornal (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (2), SBT Notícias PR (1), Tribuna Da Massa - Ponta Grossa (1), TV Paraná Turismo (1)

Impresso: 29 matérias - A Crítica Ms (1), Correio Da Manhã (1), Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Diário Do Noroeste (4), Folha De Irati (1), Folha Do Litoral (2), Gazeta De Toledo (1), Indústria E Comércio (3), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Do Norte (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (4), Jornal Floripa (1), Jornal Ponta Grossa (1), Tribuna Do Norte (Pr) (1), Tribuna Hoje (1)

Sites: 58 matérias - Acontece No RS (1), Agora Litoral (1), A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), A Rede (1), Bahia Revista (1), Blog Do Elói (1), Blog Do Hp (1), Bnt Online (1), Bondes (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (2), CGN (1), Cobra News (1), Conecta Oeste (1), Correio Do Cidadão (2), Crn Online (1), Femipa (1), Folha De Cianorte (1), Gr Notícias (1), Guia Smi (1), Hora Um (1), Informe Policial (1), Jornal Correio Do Norte (1), Jornal Integração (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), Marechal Agora (1), Marechal News (1), Maringá Post (1), O Melhor Da Cidade (1), Paiquerê.Com.Br (1), Paraná Em Destaque (1), Paranaíba Online (1), Parampa Oeste (1), Pinga Fogo (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Cantu (1), Portal Consed (1), Portal Cultura Sul FM (1), Portal Maripá (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Portal Rdx (1), Preto No Branco (1), Rádio Ampere (1), Rádio Jornal São Miguel (1), Rádio Nova Era (1), Rede Vitrine Paraná (1), Repórter Do Vale (1), Roraima Rede (1), Rr Mais (1), Toledo News (1), Toledo Web Agora Portal (1), Tribuna Da Fronteira (1), TV Cariri (1), Viver Toledo (1)

Análise dos assuntos em destaque: O assunto mais proeminente hoje é a força-tarefa de vacinação nas escolas, com inúmeras notícias destacando a participação de escolas estaduais e municipais nesta iniciativa, refletindo um grande esforço de imunização no ambiente escolar. Outro tema recorrente é o aumento de casos de diabetes e hipertensão nas unidades de saúde do

Paraná, indicando uma preocupação crescente com estas doenças crônicas na população. Por fim, a inspeção de um grande número de estabelecimentos pela Vigilância Sanitária evidencia o trabalho de monitoramento e proteção da saúde pública realizado pelo governo estadual.

Risco à imagem: A força-tarefa de vacinação escolar, se comunicada de forma inadequada, pode gerar uma percepção de imposição, alienando pais e responsáveis e alimentando a resistência à vacinação, o que se refletiria em uma imagem de governo autoritário e insensível. O aumento nos casos de diabetes e hipertensão, por sua vez, pode ser interpretado como um indicativo de falhas nas políticas de saúde preventiva e de promoção de hábitos saudáveis, gerando na população a percepção de que o governo não está conseguindo lidar com o crescente problema das doenças crônicas, afetando sua imagem de cuidado e proteção da saúde pública. A vigilância sanitária, embora essencial para a proteção da saúde da população, se apresentada de forma excessivamente punitiva ou burocrática, pode gerar uma imagem de governo opressor e distante das necessidades da população, especialmente dos estabelecimentos fiscalizados.

Oportunidade de mídia positiva: A força-tarefa de vacinação nas escolas apresenta-se como uma excelente ocasião para destacar o sucesso da iniciativa, divulgando o grande número de alunos vacinados e o alcance das metas de cobertura vacinal. No que diz respeito ao aumento de casos de diabetes e hipertensão, embora represente um desafio de saúde pública, o governo pode aproveitar a situação para demonstrar proatividade e compromisso com a saúde da população adulta, divulgando ações de prevenção, programas de apoio aos pacientes e investimentos no sistema de saúde. Finalmente, as inspeções em grande escala oferecem a oportunidade de reforçar a imagem de um governo atuante na proteção da saúde pública e na garantia da qualidade de serviços e produtos.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve monitorar dados de saúde, como casos de dengue, diabetes e hipertensão, divulgando informações preventivas e de conscientização. Ações de combate à dengue, com informações sobre focos e medidas de prevenção, são importantes, assim como a divulgação de sinais, sintomas e tratamento da dengue. Em relação a diabetes e hipertensão, a comunicação deve ser didática, com informações sobre fatores de risco, prevenção, diagnóstico e tratamento. A cobertura vacinal, sua importância e como mantê-la atualizada devem ser temas constantes na comunicação. A comunicação sobre doação de órgãos e transplantes, destacando a importância da doação e como se tornar um doador, é fundamental para salvar vidas.

Data: 14/08/2024

Total de matérias: 49

Rádio: 6 matérias - Bandnews FM (Curitiba) (5), Ouro Verde (105,5 FM-Curitiba) (1)

TV: 10 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (1), CNT Notícias PR (1), Massa Comunidade (1), Meio Dia Paraná - Londrina (1), Tá Na Hora Paraná - Maringá (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (2), SBT Notícias Paraná - Londrina (1)

Impresso: 7 matérias - Diário dos Campos (1), Jornal A Voz Do Paraná (3), Jornal Correio Notícias (1), O Presente (1), Umuarama Ilustrado (1)

Sites: 26 matérias - Agora Paraná (Curitiba) (2), Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (2), Blog Alice Varajão (1), Blog Do Lago (1), Blog Do Rigon (1), Bondes (1), Capital Da Tilápia (4), CaTVe.Com (1), CBN Curitiba Online (1), Cgn (1), Grande Curitiba (1), Indústria E Comércio Online (1), Jba Notícias (1), O Luzieiro (2), Página Um News (1), Paraná Em Destaque (1), Repórter Do Vale (1), Terras (2)

Análise dos assuntos em destaque: A campanha de vacinação nas escolas do Paraná permanece como o assunto mais frequente, com inúmeras menções à prorrogação, realização e abrangência da iniciativa, refletindo o grande esforço de imunização no ambiente escolar. Em seguida, a pauta de projetos e benefícios para crianças e adolescentes com Diabetes Mellitus ganha relevância, com destaque para a aprovação de propostas e leis que visam auxiliar este público específico. Por fim, a capacitação de profissionais de saúde para a aplicação da vacina BCG em recém-nascidos nas maternidades também se mostra como um tema de destaque hoje, indicando foco na qualificação e aprimoramento dos serviços de saúde materno-infantil no estado.

Risco à imagem: A campanha de vacinação nas escolas, apesar de visar a proteção infantil, pode gerar receios sobre obrigatoriedade, ferindo a autonomia familiar e fomentando resistência de alguns grupos. Eventuais problemas na organização da campanha, como falta de estrutura ou longas filas, podem gerar críticas de ineficiência e comprometer a percepção de boa gestão. Os projetos de benefícios para crianças com diabetes, embora socialmente positivos, podem suscitar questionamentos sobre a abrangência das políticas de saúde, se o foco em uma doença específica parece desviar recursos de outras áreas importantes ou se a implementação dos benefícios não for eficiente e transparente. Já a capacitação para vacina BCG em maternidades, apesar de reforçar o cuidado materno-infantil, pode não ter o mesmo apelo

popular ou gerar grande visibilidade midiática positiva, sendo ofuscado por temas mais controversos.

Oportunidade de mídia positiva: A campanha de vacinação nas escolas oferece um palco ideal para demonstrar o sucesso da iniciativa, amplificando a adesão maciça e as altas taxas de cobertura vacinal, o que transmite o firme compromisso do governo com a saúde infantojuvenil. Histórias emocionantes de crianças imunizadas e famílias tranquilas humanizam a ação, gerando forte impacto positivo. A logística eficiente e as parcerias comunitárias da campanha também reforçam a imagem de uma gestão competente e colaborativa. No âmbito dos projetos de combate à diabetes mellitus infantil, o governo pode destacar a aprovação de leis e a implementação de programas inovadores que beneficiam diretamente crianças e adolescentes, demonstrando sensibilidade social e proatividade no cuidado de grupos vulneráveis. Já a capacitação de profissionais para a vacina BCG em maternidades permite comunicar o investimento contínuo na qualificação dos serviços de saúde materno-infantil, reforçando a imagem de um governo que prioriza a saúde desde os primeiros momentos de vida.

Sugestão de ação de comunicação: Para que a assessoria de comunicação maximize a imagem positiva do Governo do Paraná na área da saúde é fundamental definir narrativas claras e segmentadas para cada tema prioritário, alinhar mensagens-chave aos diversos públicos e canais de divulgação. A proatividade deve ser a marca da assessoria, o que implica gerar notícias de impacto através de eventos bem organizados, produzir conteúdo multimídia atraente e informativo, e cultivar um bom relacionamento com a imprensa, oferecendo pautas exclusivas e facilitando o acesso a informações relevantes.

Data: 15/08/2024

Total de matérias: 146

Rádio: 17 matérias - Cultura (Apucarana) (2), Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus do Sul) (2), Difusora (Curitiba) (1), Nova AM (Apucarana) (1), Paiquerê AM (Londrina) (1), Rádio 97 FM (97.7 FM - Foz do Iguaçu) (1), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1), Rádio Cultura (820 Am - Foz do Iguaçu) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Mundial FM (100,3 FM - Toledo) (1), Rádio Nova Era (1), Rádio Ampere (1), Sant'Ana (Ponta Grossa) (1)

TV: 24 matérias - Band Cidade 1ª Edição (2), Bom Dia Paraná (4), Cidade Alerta Londrina (1), CNT Notícias Pr (2), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Foz do Iguaçu (1), Meio Dia Paraná - Londrina (1), Meio Dia Paraná - Maringá (2), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Paraná Em Pauta Manhã (1), Primeira Hora Cascavel (3), Primeiro Impacto Pr (1), Rivaroli Na Band (1), SBT Notícias Pr (1), SBT Paraná (1), Tarobá Notícias (1), Tribuna Da Massa - Ponta Grossa (1)

Impresso: 22 matérias - Correio Da Manhã (1), Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Diário Do Noroeste (1), Diário Dos Campos (2), Diário Do Sudoeste (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Do Norte (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), O Farol (1), O Jornal - Marechal Cândido Rondon - Pr (1), O Fato Maringá (1), Tribuna Do Norte (Pr) (2), Umuarama Ilust. (2)

Sites: 83 matérias - ABG Notícias (1), Ache Aqui Notícias (1), Acontece No Rs (1), Âncora Norte (1), A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), Bahia Revista (1), Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (2), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Hp (1), Bondes (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (4), Cgn (1), Coluna Do Meio (1), Conecta Oeste (1), Correio Do Cidadão (2), Costa Oeste News (1), Crn Online (1), Diga Notícias (1), Ed Notícias (1), G1 - Paraná (1), G1 - São Paulo (1), Gr Notícias (1), Hoje Pr (2), Ib (1), Informe Policial (1), Iporã News (1), Jaguariaíva Em Foco (1), Jornal Correio Do Norte (2), Jornal Integração (1), Jornal Ponta Grossa (1), Londrix (1), Marechal News (1), Mg Todo Dia (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Luzieiro (1), O Melhor Da Cidade (1), Paiquerê.Com.Br (1), Paraná Em Destaque (1), Paraná Praia (1), Paranavaí Em Destaque (1), Parampa Oeste (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Cantu (1), Portal Cultura Sul FM (1), Portal Da Cidade - Santa Helena (1), Portal Irati (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Portal Rdx (1), Preto No Branco (1), Pr Portais (1), Rádio Ampere (1), Rede Sul

De Notícias (1), Rede Vitrine Paraná (2), Roraima Rede (1), Rr Mais (1), Tá No Site (1), Toledo Web Agora Port. (1), TV Cariri (1), TV Goyazes (1), Vale Iguaçu 106,5 FM (1), Xeretando (1)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje o destaque fica para a prorrogação da campanha de vacinação nas escolas do Paraná. Outros temas, embora menos recorrentes, também marcam presença, como os alertas da SESA sobre prevenção e diagnóstico de Mpox, o monitoramento da febre Oropouche e a necessidade de doação de sangue devido à queda nos estoques em dias frios. Além disso, o investimento do governo em novos hospitais e a capacitação de profissionais para a vacina BCG em maternidades também são mencionados.

Risco à imagem: A prorrogação da campanha de vacinação nas escolas, apesar de ser uma medida preventiva, pode gerar cansaço e questionamentos sobre a sua eficácia ou necessidade, desgastando a mensagem positiva inicial. Se a comunicação sobre a prorrogação não for clara e didática, explicando os motivos e benefícios da extensão da campanha, pode surgir uma percepção de indefinição ou falta de planejamento por parte do governo. Os alertas sobre a Mpox e a febre Oropouche, embora importantes para a saúde pública, carregam o risco de gerar alarme excessivo na população, transmitindo uma sensação de falta de controle ou de novas ameaças sanitárias iminentes, o que poderia afetar a confiança na gestão da saúde.

Oportunidade de mídia positiva: A prorrogação da campanha de vacinação nas escolas surge como uma valiosa oportunidade para reforçar o compromisso do governo com a saúde infantojuvenil. A vigilância ativa em relação à Mpox e à febre Oropouche, com alertas e ações de prevenção, projeta uma imagem de governo vigilante e responsável, que prioriza a segurança sanitária da população e age de forma transparente na comunicação de riscos. Adicionalmente, o investimento em novos hospitais sinaliza um compromisso concreto com a melhoria da infraestrutura de saúde, garantindo mais acesso e qualidade nos serviços para a população do estado.

Sugestão de ação de comunicação: Com a prorrogação da campanha de vacinação nas escolas, a assessoria deve intensificar a divulgação com linguagem acessível, informando locais e horários. É importante destacar a importância da vacinação e atualizar a carteirinha. A comunicação sobre Mpox deve ser clara sobre prevenção, diagnóstico e cuidados. A construção de novos hospitais e investimentos em saúde devem ser comunicados, mostrando os benefícios para a população. A capacitação de profissionais para aplicar a vacina BCG em bebês é uma informação relevante que deve ser divulgada. A assessoria também deve informar sobre a compatibilidade para doação de medula óssea. Assuntos como a falta de medicamentos e outros problemas de saúde devem ser abordados de forma responsável.

Data: 16/08/2024

Total de matérias: 53

Rádio: 6 matérias - Difusora (Curitiba) (2), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 7 matérias-Balanço Geral PR (1), Bom Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), RIC Notícias Manhã (2), Tarobá Urgente Londrina (1), Tempo Quente Lond.(1)

Impresso: 16 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Diário Dos Campos (1), Folha De Londrina (2), Folha Extra (1), Indústria E Comércio (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (1), Metrópole São José (3), O Paraná (2), Página Um (1), Tribuna Hoje (1)

Sites: 24 matérias - A Gazeta News (1), Agora Litoral (1), Agora Paraná (Curitiba) (2), Amigos Do Bairro (1), Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Band News FM Curitiba Online (1), Blog Politicamente (1), Busão Curitiba (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (1), Correio Do Litoral (1), Jornal De Colombo (1), O Luzieiro (2), Portal Consed (1), Tribuna Da Fronteira (1), Tribuna Do Paraná Online (2), Tribuna Do Vale (5)

Análise dos assuntos em destaque: A prorrogação da campanha de vacinação nas escolas do Paraná, domina a cobertura midiática hoje. Em segundo lugar, a vigilância em relação à Mpox (varíola dos macacos) e à febre Oropouche também se destaca, com alertas da Secretaria de Saúde e ações de monitoramento, indicando uma preocupação com estas doenças no estado. A realização de um debate na Assembleia Legislativa sobre lipedema, com a participação de especialistas, é outro tema relevante, mostrando a atenção do poder público para com esta condição e a busca por melhores tratamentos. Por fim, o investimento do Governo do Estado na construção de novos hospitais, especialmente na RMC e Litoral, também é citado em diversas notícias, reforçando o compromisso com a expansão e melhoria da infraestrutura de saúde no Paraná.

Risco à imagem: Os temas de saúde divulgados hoje, embora relevantes para a população, podem trazer alguns riscos para a imagem do Governo do Paraná. A prorrogação da campanha de vacinação nas escolas, apesar de visar aumentar a proteção, pode gerar fadiga no público e levantar questionamentos sobre a real necessidade de estender a campanha por tanto tempo. Se a comunicação não for clara em justificar a prorrogação e os benefícios contínuos da vacinação, pode surgir uma percepção de que a gestão da campanha não foi eficiente desde o início ou que há falta de planejamento. Já a vigilância em relação à Mpox e à febre Oropouche, mesmo sendo uma ação preventiva importante, carrega o risco de gerar alarme excessivo na

população. Uma comunicação que destaque apenas o alerta e o risco, sem apresentar de forma equilibrada as medidas de controle e a baixa probabilidade de casos graves, pode gerar pânico e insegurança, afetando a confiança na capacidade do governo de lidar com emergências sanitárias. O debate na Assembleia Legislativa sobre lipedema, embora seja uma iniciativa positiva para dar visibilidade à doença, pode inadvertidamente destacar a falta de políticas públicas e tratamentos acessíveis para essa condição no sistema de saúde do estado. O investimento em novos hospitais, apesar de ser um projeto com impacto positivo a longo prazo, pode trazer riscos de imagem no curto prazo. Atrasos nas obras, estouro de orçamentos ou denúncias de irregularidades nos contratos de construção podem gerar manchetes negativas e comprometer a percepção de boa gestão dos recursos públicos na área da saúde. Além disso, a promessa de novos hospitais pode provocar expectativa excessiva na população, que pode se frustrar caso a inauguração demore ou os serviços oferecidos não atendam às necessidades.

Oportunidade de mídia positiva: A prorrogação da campanha de vacinação nas escolas surge como uma valiosa oportunidade para reforçar o compromisso do governo com a saúde infantojuvenil, demonstrando proatividade ao estender a iniciativa para alcançar um número ainda maior de estudantes e garantir a máxima proteção contra doenças preveníveis. A vigilância ativa e transparente em relação à Mpox e à febre Oropouche, com alertas e ações de prevenção, projeta uma imagem de governo vigilante e responsável, que prioriza a segurança sanitária da população e age de forma transparente na comunicação de riscos. O foco no combate ao aumento de casos de coqueluche, através de medidas de controle e da divulgação de informações relevantes, permite demonstrar a capacidade de resposta do sistema de saúde e o empenho em proteger os mais vulneráveis. Adicionalmente, o investimento em novos hospitais sinaliza um compromisso concreto com a melhoria da infraestrutura de saúde. A capacitação de profissionais para aplicar a vacina BCG em maternidades evidencia a preocupação do governo com a saúde materno-infantil, investindo na qualificação dos profissionais e na otimização dos cuidados neonatais.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve estruturar um plano de comunicação robusto, definindo metas claras, públicos-alvo específicos e as mensagens mais eficazes para cada plataforma, garantindo que a informação chegue de forma precisa e no momento certo. A assessoria deve criar campanhas inovadoras e envolventes que destaquem as conquistas e os serviços de saúde oferecidos pelo estado, utilizando linguagem acessível e formatos variados como vídeos curtos para redes sociais, podcasts informativos e eventos presenciais em comunidades.

Data: 19/08/2024

Total de matérias: 56

Rádio: 1 matéria - Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1)

TV: 7 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Brasil (1), Bom Dia Paraná (1), RIC Notícias Manhã (1)

Impresso: 6 matérias - Diário Dos Campos (2), Gazeta De Toledo (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (2)

Sites: 42 matérias - A Notícia Digital (1), A Rede (1), Agora Litoral (1), Bahia Revista (1), Bem Paraná (1), Blog Do Hp (1), Blog Meia Hora Notícias (1), Bnt Online (1), Capital Da Tilápia (4), Cgn (1), Conecta Oeste (1), Correio Dos Campos (2), Diga Notícias (1), Ed Notícias (1), Grande Curitiba (1), Ib (1), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (1), Iporã News (2), Jaguariaíva Em Foco (1), Jorales (1), Jornal Integração (1), Jornal Ponta Grossa (1), Marechal News (1), Mg Todo Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Luzieiro (1), O Melhor Da Cidade (1), Página Um News (1), Paiquerê FM News (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto No Branco (1), Primeira Hora (1), Pr Portal (1), Roraima Rede (1), Tá No Site (1), Tribuna Do Oeste (1), TV Goyazes (1)

Análise dos assuntos em destaque: A finalização do AME Universitário de Ponta Grossa domina o noticiário de hoje, destacado como o "Primeiro do País", com inúmeras notícias repetindo a informação sobre a sua conclusão ainda em 2024. A liderança do Paraná em consultas pré-natal pelo SUS, com diversas manchetes enfatizando que o estado se mantém na primeira posição nacional neste tipo de atendimento, também mereceu destaque da mídia. A Mpox também figura como um tema recorrente, mencionado em relação aos casos suspeitos no Paraná, ao alerta da OMS e à retomada do status de emergência global.

Risco à imagem: A finalização do AME Universitário de Ponta Grossa, embora seja um feito positivo, a insistente repetição da mensagem "Primeiro do País" pode soar como autopromoção excessiva ou gerar uma expectativa irrealista na população. Se o AME não corresponder totalmente a essa expectativa em termos de atendimento e serviços, a imagem do governo pode ser prejudicada por promessas exageradas. A liderança do Paraná em consultas pré-natal pelo SUS, apesar de ser um indicador positivo, pode ser questionada se houver relatos de dificuldades de acesso em algumas regiões ou se a qualidade do atendimento for questionada. A Mpox, mesmo com o alerta da OMS, pode gerar receio e preocupação excessiva na população se a comunicação não for feita de forma equilibrada. Destacar demasiadamente o risco da doença, sem enfatizar as medidas de prevenção e o baixo número de casos graves, pode criar

um clima de alarme desnecessário e afetar a confiança na capacidade do governo de gerir a situação sanitária.

Oportunidade de mídia positiva: A finalização do AME Universitário de Ponta Grossa é um marco na saúde do Paraná, com potencial para gerar matérias sobre seus benefícios e impacto na formação de profissionais. Os casos de Mpox exigem comunicação transparente, com informações sobre prevenção e tratamento. A retomada da emergência global pela OMS demanda cobertura responsável, focando na conscientização. A campanha de vacinação e o combate às notícias falsas oferecem oportunidade para reforçar a importância da imunização. O projeto que beneficia crianças com diabetes pode gerar matérias sobre a importância do diagnóstico precoce. A morte por coqueluche exige comunicação transparente sobre a doença e a importância da vacinação. Os concursos públicos para a saúde podem gerar matérias sobre oportunidades de emprego. A liderança do Paraná em consultas pré-natal pelo SUS é um dado positivo que pode ser destacado. A queda nas hospitalizações por síndrome respiratória aguda pode ser atribuída às campanhas de vacinação.

Sugestão de ação de comunicação: Para que a assessoria de comunicação realmente faça a diferença na imagem do Governo na área da saúde, é preciso criar um roteiro bem definido. Isso significa, antes de mais nada, entender a fundo cada tema de saúde, como se fossem novelas com seus heróis e vilões, e definir qual a melhor história para contar para cada público, seja ele o cidadão comum, a imprensa ou os profissionais da área. A assessoria deve ser como um maestro, regendo a orquestra da informação com criatividade e inovação.

Data: 20/08/2024

Total de matérias: 71

Rádio: 10 matérias - Banda B Am (Curitiba) (1), CBN (1300 Am - Ponta Grossa) (1), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Paiquerê Am (Londrina) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1), Rádio Clube (Ponta Grossa 94.1 FM) (1), Rádio Cultura (1), Rádio T (1)

TV: 6 matérias - Balanço Geral Pr (1), Band Cidade (1), Bom Dia Paraná (1), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias Pr (1), Tarobá Urgente Londrina (1)

Impresso: 14 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Do Noroeste (4), Diário Dos Campos (2), Gazeta De Toledo (1), Jornal Da Manhã PR (3), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), O Paraná (1), Tribuna Do Norte (PR) (1)

Sites: 41 matérias - Che Aqui Notícias (1), Agora Paraná (Curitiba) (1), Arena De Notícias (1), Aw TV News (1), Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Hp (1), Câmara Municipal De Curitiba (1), Capital Da Tilápia (1), CBN Curitiba Online (1), Cgn (1), Click Itapema (1), Conecta Oeste (1), Diga Notícias (1), Ed Notícias (1), Femipa (1), Gazeta Dos Municípios (1), Hoje Pr (3), Ibis (1), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (1), Jaguariaíva Em Foco (1), Jornal Ponta Grossa (1), Marechal News (1), Mg Todo Dia (1), Oeste360 (1), Oeste Informa (1), O Melhor Da Cidade (1), Panorâmica (1), Portal Altônia (1), Portal Do Viola News (1), Portal H2foz (1), Portal Maripá (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto No Branco (1), Quarteto Rádio Web (1), Rede Vitrine Paraná (1), Rio Verde News (1), Tá No Site (1), Tribuna Do Oeste (1), TV Goyazes (1), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1), XV Curitiba (1)

Análise dos assuntos em destaque: O repasse de R\$8,2 milhões do Governo do Estado para o Complexo de Saúde Pequeno Cotelengo domina as notícias de hoje, refletindo um significativo investimento estadual na instituição. O início do novo período sazonal da dengue 2024/2025, com registro de 487 casos, também se destaca sinalizando a preocupação com a doença no estado. A liderança do Paraná em consultas pré-natal pelo SUS é outro ponto focal, com diversas manchetes enfatizando a posição de destaque do estado neste serviço essencial. Por fim, a conclusão do AME (Ambulatório Médico de Especialidades) de Ponta Grossa, apresentado como o primeiro do tipo no país, também ganha relevância, indicando um avanço importante na infraestrutura de saúde do Paraná.

Risco à imagem: O repasse de R\$8,2 milhões para o Pequeno Cotelengo, apesar de ser ação positiva, pode gerar dúvidas sobre prioridades na saúde. Se a comunicação não for clara

sobre critérios e benefícios à população, pode soar como favorecimento, gerando críticas. O início da dengue com 487 casos pode preocupar e questionar a prevenção. Falhas na comunicação sobre o plano de ação podem gerar imagem de despreparo no combate à doença, afetando a confiança. A liderança em pré-natal no SUS, embora positiva, pode ser questionada se a qualidade do serviço não corresponder. A finalização do AME em PG, mesmo sendo um avanço, pode frustrar se não operar logo ou não atender à demanda. Demora na entrega ou serviços aquém do esperado podem gerar descontentamento e críticas à gestão da saúde.

Oportunidade de mídia positiva: O repasse ao Pequeno Cotoenglo é chance de mostrar governo solidário, priorizando o bem-estar de vulneráveis. O início da dengue sazonal é oportunidade de demonstrar ação e preparo. Deve-se enfatizar as medidas preventivas, campanhas educativas e a rede de saúde pronta para atender, transformando o alerta em imagem de diligência governamental. Já a liderança em pré-natal no SUS consolida a imagem de excelência em saúde materno-infantil. Use dados e histórias para ilustrar o ranking, focando nos benefícios para mães e bebês, e o Paraná como modelo nacional. A conclusão do AME-PG é uma vitrine de inovação e investimento. O destaque dos serviços, o impacto na redução de filas e o pioneirismo do projeto reforçam a imagem de governo moderno e focado em resultados concretos na saúde.

Sugestão de ação de comunicação: Para impulsionar a imagem do Governo na área da saúde, a assessoria de comunicação deve inovar na abordagem, criando um canal direto com a população através de plataformas interativas e acessíveis, como chatbots informativos e lives semanais com especialistas, desburocratizando o acesso à informação e gerando engajamento. Na prevenção de ruídos, a assessoria deve antecipar-se às fake news e à desinformação, desenvolvendo um programa de "checagem expressa" de fatos em saúde, com respostas rápidas e linguagem clara nas redes sociais e nos principais veículos de comunicação, blindando a imagem do governo contra narrativas distorcidas. Para garantir que a comunicação seja assertiva e relevante, é importante medir o pulso da opinião pública, realizando pesquisas regulares de satisfação e monitoramento de redes sociais para identificar percepções, expectativas e áreas de melhoria, adaptando as estratégias de comunicação para atender às demandas da população e construir uma imagem de governo presente, atencioso e eficiente na promoção da saúde.

Data: 22/08/2024

Total de matérias: 75

Rádio: 3 matérias - Difusora (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Paiquerê Am (Londrina) (1)

TV: 6 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Brasil Urgente Londrina (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Paraná Em Pauta Manhã (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (1)

Impresso: 12 matérias - Correio Da Manhã (1), Diário Do Noroeste (1), Folha De Londrina (1), Gazeta De Toledo (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Correio Notícias (3), Jornal Da Manhã Pr (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (1), Tribuna Do Norte (1)

Sites: 54 matérias - Acontece No Rs (1), Âncora Norte (1), Aqui Agora Net (1), Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (3), Blog Do Hp (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Bonde (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (4), Casa De Notícias (1), CBN Curitiba Online (1), CGN (1), Coluna Do Meio (1), Conecta Oeste (1), Correio Dos Campos (1), Diga Notícias (1), Folha De Cianorte (1), G1 - Paraná (1), G1 - São Paulo (1), Giro De Notícias (1), Grande Curitiba (1), Ibis (1), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (1), Jaguariaíva Em Foco (1), Jba Notícias (1), Jornal Correio Do Norte (1), Jornal Do Rebouças (1), Jorales (1), Jornal Integração (1), Jornal Ponta Grossa (1), Maitê Brusman (1), Marechal News (1), Maringá (1), Maringá Post (1), Mg Todo Dia (1), Nossa Gente (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Luzieiro (2), O Melhor Da Cidade (1), Paiquerê.Com.Br (1), Paiquerê FM News (1), Paraná Em Destaque (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Cantagalo (1), Portal Cantu (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto No Branco (1), Rádio Independência (1), Roraima Rede (1), Tá No Site (1), Tribuna Do Oeste (1), TV Goyazes (1), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1), Voz Do Povo Arapoti (1)

Análise dos assuntos em destaque: a vacinação nas escolas é o assunto mais proeminente, com diversas matérias enfatizando a primeira etapa da ação e o número expressivo de doses aplicadas, ultrapassando 86 mil. O Programa Mais Acesso a Especialistas, iniciativa do Paraná para facilitar o acesso a cuidados especializados no SUS, também se mostra um tema recorrente, com notícias sobre o avanço e a implantação do programa no estado. O Complexo de Saúde Pequeno Cotelengo também ganha destaque, principalmente em relação ao apoio e repasses financeiros que a instituição recebe.

Risco à imagem: a força-tarefa de vacinação, embora positiva em intenção, pode enfrentar resistências de pais ou gerar controvérsias sobre a obrigatoriedade, podendo polarizar opiniões e desgastar a imagem governamental junto a certos grupos. O Programa Mais Acesso a Especialistas, apesar do objetivo louvável, pode gerar frustração se a implementação não alcançar os resultados esperados em curto prazo. Caso a população não perceba uma melhora imediata no acesso a especialistas, pode haver ceticismo e questionamentos sobre a efetividade do programa, minando o crédito da iniciativa. O destaque dado ao Complexo Pequeno Cotoengo, embora merecido pelo trabalho da instituição, pode gerar ruídos se não houver clareza na comunicação sobre os critérios para o apoio e a alocação de recursos. Se a população perceber falta de transparência ou favorecimento, pode haver críticas e desconfiança sobre a lisura na gestão dos recursos públicos destinados à saúde, afetando a imagem de imparcialidade do governo. Em suma, a gestão inadequada da comunicação e a ocorrência de percalços na execução destes temas podem gerar percepções negativas, prejudicando a imagem do Governo do Paraná.

Oportunidade de mídia positiva: Vacinação nas escolas é um case de sucesso a ser contado. Vale mostrar a organização exemplar, o exército de profissionais engajados e o principal: milhares de crianças protegidas. O Programa Mais Acesso é vitrine de modernidade e eficiência. Deve-se enfatizar a inovação, a redução real de filas, o alívio da espera e a satisfação de quem finalmente consegue o especialista. O apoio ao Pequeno Cotoengo é puro capital humano. É importante destacar o valor da instituição, a garantia dos serviços essenciais e o impacto na vida de crianças e idosos frágeis.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve criar diálogo direto, com plataformas interativas e lives com experts, facilitando informação e engajamento. Deve-se humanizar a mensagem, dando voz a pacientes e heróis da saúde em campanhas inspiradoras, conectando governo e cidadão. Para evitar ruídos, antecipe fake news com "checagem expressa" nas redes, blindando a imagem governamental com fatos. E para um legado real, meça a opinião pública com pesquisas e monitoramento online, adaptando a comunicação para atender a população e construir um governo presente, atencioso e eficiente na saúde.

Data: 23/08/2024

Total de matérias: 53

Rádio: 2 matérias - Rádio Cultura Am (1), Rádio Cultura (1)

TV: 7 matérias - Bom Dia Paraná (1), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná - Foz Do Iguaçu (1), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), Tá Na Hora Paraná - Foz Do Iguaçu (1), Tarobá Notícias (1), Tribuna Da Massa - Foz Do Iguaçu (1)

Impresso: 24 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Do Noroeste (1), Diário Do Sudoeste (1), Folha De Londrina (1), Indústria E Comércio (4), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (2), O Paraná (2), Tribuna Do Norte (Pr) (2), Tribuna Hoje (4)

Sites: 20 matérias - Ache Aqui Notícias (1), Agora Paraná (2), A Rede (1), Bem Paraná (1), Blog Da Mirian Gasparin (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (1), CBN Curitiba Online (1), Jornal Faixa De Fronteira (1), Jornal Tarobá 2ed. (2), Jornow (1), Não Vi (1), Parampa Oeste (1), Portal Da Cidade - Foz Do Iguaçu (1), Portal H2foz (1), Rádio Nova Era (1), Tribuna Do Vale (1)

Análise dos assuntos em destaque: Foi amplamente noticiada hoje a aplicação de mais de 86 mil doses nas escolas do Estado, demonstrando um esforço maciço de imunização. A estratégia de combate à dengue com mosquitos Wolbachia em Foz do Iguaçu também é tema recorrente, indicando uma abordagem inovadora para controlar a doença. Programas para ampliar o acesso a especialistas e agilizar filas de cirurgias ganham relevância, mostrando iniciativas para melhorar a eficiência do SUS.

Risco à imagem: apesar do sucesso numérico da vacinação escolar, pode gerar fadiga da mensagem. A repetição exaustiva de "recorde de doses" sem detalhar os benefícios a longo prazo ou lidar com receios de pais pode soar como autopromoção vazia, perdendo impacto e gerando ceticismo sobre a real efetividade da ação. A inovação do combate à dengue com mosquitos Wolbachia pode se tornar um risco de incompreensão. Se a comunicação simplificar demais a complexidade do método ou prometer resultados milagrosos imediatos, a população pode se frustrar com a persistência da dengue, culpando o governo por falsa propaganda e falta de soluções reais. Os programas de acesso a especialistas e redução de filas, mesmo com o potencial de melhorar o atendimento, enfrentam o risco da invisibilidade. Se a comunicação não traduzir os avanços em benefícios tangíveis para o cidadão comum, mostrando histórias de pessoas atendidas e vidas transformadas, as iniciativas podem passar despercebidas, sem gerar o reconhecimento de imagem esperado e até alimentando a percepção de que "nada muda".

Oportunidade de mídia positiva: A força-tarefa nas escolas não é só vacinação, mas um legado de cuidado preventivo para futuras gerações. A comunicação pode focar no planejamento estratégico de longo prazo, na construção de uma cultura de imunização e no impacto duradouro na saúde das crianças paranaenses - um governo que investe no futuro. O combate à dengue com Wolbachia é mais que controle de mosquito, é inovação e ousadia científica a serviço da população. A mídia pode mostrar o Paraná como estado pioneiro em tecnologia de ponta na saúde, quebrando paradigmas e buscando soluções criativas para problemas complexos - um governo moderno e à frente do seu tempo. Os programas de acesso a especialistas e filas reduzidas representam uma revolução silenciosa no SUS. A comunicação pode destacar a mudança de paradigma na gestão da saúde, o foco no paciente e na humanização do atendimento, a busca incessante por eficiência e qualidade - um governo que redefine o padrão da saúde pública.

Sugestão de ação de comunicação: a assessoria pode criar "embaixadores da saúde", mobilizando influenciadores digitais, líderes comunitários e até pacientes recuperados para serem vozes ativas na promoção da saúde e na disseminação de informações confiáveis. Essa estratégia amplifica o alcance da mensagem e gera identificação com o público. É essencial investir em "jornalismo de soluções", indo além da cobertura tradicional de notícias. A assessoria pode produzir reportagens especiais e séries que destaquem soluções inovadoras implementadas pelo governo na saúde, apresentando resultados concretos e histórias inspiradoras de superação. Na gestão de reputação, a assessoria deve adotar a "escuta ativa 360°", monitorando todas as plataformas digitais e redes sociais para identificar em tempo real percepções, críticas e boatos sobre a saúde. Utilizar ferramentas de análise de big data e inteligência artificial permite antecipar crises, identificar tendências e ajustar a comunicação de forma proativa e personalizada. A assessoria deve ir além das métricas tradicionais, focando em indicadores de "mudança de comportamento" e "impacto social". Pesquisar se as campanhas de comunicação levaram a maior adesão à vacinação, hábitos mais saudáveis ou maior confiança no sistema de saúde permite avaliar a efetividade real das ações e otimizar as estratégias para gerar um impacto positivo duradouro na saúde da população paranaense.

Data: 26/08/2024

Total de matérias: 68

Rádio: 2 matérias - Bandnews FM (Curitiba) (1), CBN (Curitiba) (1)

TV: 15 matérias - A Vida Não Para (1), Balanço Geral Maringá (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (3), Brasil Urgente Londrina (1), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (2), RIC Notícias (1), Tá Na Hora Paraná - Foz Do Iguaçu (1), Tribuna Da Massa - Foz Do Iguaçu (2)

Impresso: 4 matérias - Gazeta De Toledo (1), O Presente (1), Tribuna Do Norte (1), Tribuna Do Paraná (1)

Sites: 47 matérias - A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), A Semana News (1), Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (2), Blog Do Hp (1), Blog Do Lago (1), Blog Luciana Pombo (1), Bomba Bomba (1), Bonde (1), Capital Da Tilápia (1), Cgn (2), Click Foz Do Iguaçu (1), Conecta Oeste (1), Diga Notícias (1), Ed Notícias (1), Elo Foz (1), Hoje Pr (1), Ibis (1), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (1), Iporã News (2), Jaguariaíva Em Foco (1), Jornal Integração (1), Jornal Paraná Cidades (1), Jornal Ponta Grossa (1), Marechal News (1), Maringá Post (1), Mg Todo Dia (1), Na Rota Das Notícias (1), Nossa Gente (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Jornal - Marechal Cândido Rondon - Pr (1), O Melhor Da Cidade (1), Portal Altônia (1), Portal Alto Piquiri (1), Portal Cantagalo (1), Portal Cantu (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto No Branco (1), Repórter 24 Horas (1), Roraima Rede (1), Sertanópolis News (1), Tá No Site (1), Tribuna Do Oeste (1), TV Goyazes (1)

Análise dos assuntos abordados: As manchetes de saúde do Paraná giram em torno de um tema central: o combate à dengue com a soltura de mosquitos Wolbitos em Londrina e Foz do Iguaçu. A ação, que envolve a liberação de 4 milhões destes mosquitos, é amplamente noticiada, dominando a cobertura midiática e demonstrando uma estratégia inovadora para o controle da dengue no estado.

Risco à imagem: Os temas de saúde em evidência, apesar de promissores, podem inadvertidamente gerar riscos à imagem do governo se a comunicação não for cuidadosamente equilibrada. O combate à dengue com Wolbitos, com a massiva soltura de mosquitos geneticamente modificados, corre o risco de criar uma percepção de dependência tecnológica excessiva. Se a comunicação focar unicamente nesta "bala de prata" tecnológica, pode transmitir a mensagem de que o governo aposta todas as fichas em uma solução única e inovadora, negligenciando ou subestimando a importância de medidas mais básicas e contínuas

de saúde pública, como a eliminação de focos do mosquito, campanhas de conscientização sobre limpeza e a importância do engajamento da população. Caso a estratégia com Wolbitos não produza os resultados esperados ou surjam questionamentos sobre a sua eficácia a longo prazo ou mesmo potenciais impactos ambientais (mesmo que infundados), a imagem do governo pode ser arranhada por ter superdimensionado uma solução tecnológica em detrimento de ações mais tradicionais e abrangentes.

Oportunidade de mídia positiva: Para impulsionar a imagem do Governo na saúde, a assessoria deve abraçar a ciência cidadã, envolvendo a população diretamente na obtenção e monitorização de dados de saúde. Faça com que os cidadãos se sintam agentes ativos na solução dos problemas de saúde locais. Crie workshops e plataformas online onde os moradores podem submeter dados, analisar tendências e colaborar com as autoridades locais. Isto não só melhora a recolha de dados, como também aumenta a confiança e a participação cívica nas ações governamentais. Um passo fundamental é promover a co-criação de campanhas de educação para a saúde, envolvendo as comunidades locais na produção de materiais educativos relevantes e culturalmente sensíveis. A assessoria pode colaborar com líderes comunitários, profissionais de saúde e educadores para desenvolver conteúdos que respondam às necessidades e crenças locais. Esta abordagem participativa garante que as mensagens não são apenas informativas, mas também mais propensas a serem eficazes, pois são desenvolvidas pelas pessoas que se pretende servir.

Sugestão de ação de comunicação: Para a promoção da saúde, a assessoria pode utilizar estratégias de gamificação. Crie aplicações móveis e plataformas online que tornem os comportamentos saudáveis divertidos e envolventes. Incorporar desafios, recompensas e elementos interativos pode motivar os cidadãos a exercitarem-se, a alimentarem-se de forma saudável e a fazerem exames de saúde regulares. Esta abordagem torna as iniciativas de saúde do governo mais acessíveis e agradáveis para um público mais vasto.

Data: 27/08/2024

Total de matérias: 54

Rádio: 4 matérias - Paiquerê FM News (1), Rádio Cultura Am (1), Rádio Cultura Foz (1), Rádio T (Ponta Grossa FM 99.9) (1)

TV: 13 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Band Cidade Maringá (1), Bom Dia Brasil (1), Bom Dia Paraná (1), Brasil Urgente Londrina (1), Maringá Urgente (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Meio Dia Paraná - P. Grossa (1), 1º Impacto Pr (1), Trib. Da Massa - Foz Do Iguaçu (1), Tribuna Da Massa - P. Grossa (1)

Impresso: 22 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Folha De Londrina (2), Folha Do Litoral (1), Gazeta De Toledo (2), Gazeta Diário (1), Indústria E Comércio (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (2), Jornal Da Manhã Pr (4), Jornal Do Oeste (1), Jornal União (1), O Paraná (1), Tribuna Do Norte (PR) (3)

Sites: 15 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (1), Bonde (1), CBN Curitiba Online (1), Femipa (1), Gdi (1), Hoje Pr (1), Iguassu News (1), Jornal Correio Do Norte (1), O Fato Maringá (1), O Luzieiro (1), Pinga Fogo (1), Rádio Jornal São Miguel (1), Tribuna Do Paraná Online (1)

Análise dos assuntos em destaque: O combate à dengue, especialmente através da inovadora estratégia de soltura de mosquitos Wolbitos em Londrina e Foz do Iguaçu, domina as manchetes. A ação, com a liberação de milhões de mosquitos, é vista como uma nova arma contra a doença. Paralelamente, os boletins de dengue, que reportam centenas de novos casos semanalmente no Paraná, mantêm a preocupação com a epidemia ativa. Outro tema sensível é a coqueluche, com a confirmação de mortes de bebês em Curitiba e casos em Maringá, alertando para a gravidade da doença em crianças pequenas. Ainda, notícias sobre o Hospital da Criança e a qualidade do ar complementam o panorama da saúde no estado, evidenciando tanto desafios como avanços na área.

Risco à imagem: O combate à dengue com Wolbitos, apesar de inovador, pode gerar ceticismo se não houver resultados rápidos e visíveis. Falhas na comunicação sobre a eficácia e segurança da tecnologia podem alimentar medos e críticas, especialmente se os casos de dengue continuarem altos. As mortes por coqueluche, em particular de bebês, podem gerar forte comoção e questionamentos sobre a cobertura vacinal e a efetividade das campanhas de imunização. A percepção de que o governo não está protegendo adequadamente os mais vulneráveis pode impactar negativamente a imagem. O número elevado de casos de dengue, mesmo com Wolbitos, pode indicar falha na estratégia ou falta de controle da epidemia. O

Hospital da Criança, embora uma conquista, pode gerar frustração se a inauguração atrasar ou se as expectativas criadas forem muito altas e não se concretizarem na prática, a qualidade do ar, mesmo melhorando, pode ser um tema sensível se a melhora for temporária ou se a população perceber que o governo não está tomando medidas efetivas para garantir um ar limpo de forma consistente, gerando desconfiança sobre o compromisso ambiental.

Oportunidade de mídia positiva: o combate à dengue com Wolbitos é uma vitrine de inovação tecnológica a serviço da saúde pública. A comunicação pode enfatizar o pioneirismo do Paraná, a parceria com a ciência, e o potencial revolucionário dessa abordagem para o controle da dengue, projetando o estado como líder em soluções criativas e eficazes para os desafios da saúde. As mortes por coqueluche, embora tristes, podem ser o catalisador para uma grande campanha de conscientização e vacinação. A comunicação pode transformar a tragédia em um alerta para a importância da imunização, divulgando informações claras e acessíveis sobre a coqueluche, reforçando a necessidade da vacina e mostrando o governo como protetor da saúde infantil através de ações preventivas e educativas. A comunicação pode complementar os números com informações sobre as ações de combate à dengue, demonstrando que o governo está agindo de forma proativa e transparente para enfrentar o desafio. A inauguração do Hospital da Criança pode ser um evento de grande impacto midiático, destacando a moderna estrutura, os serviços especializados, o aumento da capacidade de atendimento e o compromisso do governo com a saúde das crianças, consolidando a imagem de um estado que investe no futuro e prioriza suas crianças. A comunicação pode destacar as ações que levaram à melhoria da qualidade do ar, mostrar o monitoramento contínuo da qualidade do ar e enfatizar a importância de políticas públicas para um meio ambiente mais saudável, construindo a imagem de um governo que se preocupa com o bem-estar integral da população, incluindo a qualidade do ar que respiram.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve criar um "plantão de saúde" nas redes sociais, com lives semanais e chats interativos com especialistas, respondendo dúvidas da população em tempo real. Isto gera aproximação e confiança, mostrando o governo presente e acessível. É fundamental produzir "minicursos de saúde" online, com vídeos curtos e linguagem simples, ensinando a população sobre prevenção de doenças, primeiros socorros e hábitos saudáveis. Isto empodera o cidadão com conhecimento prático. É crucial mapear e valorizar "heróis da saúde" locais, divulgando histórias inspiradoras de profissionais e pacientes que fazem a diferença em suas comunidades. Isto humaniza a mensagem e fortalece o reconhecimento do trabalho na saúde.

Data: 30/08/2024

Total de matérias: 40

Rádio: 1 matéria - CBN (Curitiba) (1)

TV: 12 matérias - Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (1), G1 Em 1 Minuto - Paraná (1), Meio Dia Paraná (3), Meio Dia Paraná - Maringá (2), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Primeira Hora Cascavel (1), SBT Notícias Pr (1), Tribuna Da Massa - Foz Do Iguaçu (1)

Impresso: 17 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Dos Campos (1), Folha De Londrina (1), Gazeta Regional (2), Indústria E Comércio (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Jornales (1), Página Um (2), Tribuna Do Norte (PR) (1), Tribuna Do Paraná (2)

Sites: 10 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (1), Capital Da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (3), Hoje Pr (1), Impacto Paraná Online (1), O Luzieiro (1)

Análise dos assuntos em destaque: As notícias de saúde do Paraná convergem para alguns temas principais. A coqueluche desponta como preocupação central, com manchetes sobre o aumento de casos (mais de 2000% em 4 anos), surtos, hesitação vacinal e, infelizmente, mortes de bebês. Os engasgos, especialmente em crianças, também emergem como tema relevante, com o SAMU atendendo um alto número de casos e a SESA emitindo alertas e cartilhas de orientação. A dengue volta a preocupar, com registros de casos em Curitiba e Goioerê. Outros assuntos incluem o Programa do Paraná de auxílio para deixar o vício, o número de pessoas em hemodiálise no estado, a investigação de casos de febre oropouche, o lançamento de cartilha sobre violência contra mulheres, e discussões sobre o pedágio e acesso à saúde, além da liderança do Paraná em transplante de órgãos.

Risco à imagem: O aumento alarmante dos casos de coqueluche, com um salto de 2000% em 4 anos, pode gerar uma crise de credibilidade nas políticas de vacinação do estado. A insistência em culpar "hesitação vacinal" e "fake news" pode soar como transferência de responsabilidade do governo para a população, evitando assumir eventuais falhas na comunicação, acesso à vacina ou mesmo na percepção de risco da doença. Se a população sentir que o governo minimiza sua parcela de culpa ou não apresenta soluções concretas para reverter o quadro, a confiança nas campanhas de imunização e na capacidade de gestão da saúde pode ser seriamente abalada, gerando um descrédito duradouro. O alto número de atendimentos por engasgos pelo SAMU, especialmente em crianças, pode gerar uma imagem de negligência com a saúde infantil. Mesmo com a divulgação de cartilhas e dicas, a repetição de notícias sobre casos graves e a necessidade de acionar o serviço de emergência podem criar uma percepção

de que o governo falha em proteger as crianças e prevenir acidentes domésticos. O número elevado de pessoas em hemodiálise no Paraná, quase seis mil, pode gerar uma imagem de sistema de saúde falho no cuidado preventivo. Embora o transplante de órgãos seja um destaque positivo, o grande contingente de pacientes renais crônicos pode levantar questionamentos sobre a eficácia das políticas de prevenção de doenças renais, o acesso a tratamento adequado nas fases iniciais e o impacto de determinantes sociais de saúde (como alimentação inadequada, falta de saneamento básico, etc.) na incidência da doença.

Oportunidade de mídia positiva: A explosão de casos de coqueluche no Paraná, com um salto superior a 2000% em quatro anos, pode gerar mídia positiva ao destacar a importância da vacinação e da informação confiável, combatendo a hesitação vacinal e as notícias falsas. Os 1.500 atendimentos do SAMU a casos de engasgo em crianças oferecem a oportunidade de divulgar amplamente as técnicas de primeiros socorros, como a manobra de Heimlich, salvando vidas. A liderança do Paraná em transplantes de órgãos é um exemplo inspirador, que pode ser usado para incentivar a doação. Programas como o "Paraná Sem Fumo" e o auxílio para quem quer parar de fumar mostram o compromisso do estado com a saúde, assim como o lançamento da cartilha de orientação sobre violência contra mulheres. A garantia de repasses para entidades (Deputado Beto Preto) e o investimento em infraestrutura, como a reabertura de pronto-socorros e o início de obras, reforçam o compromisso com o bem estar. Mesmo diante de desafios como a dengue e a investigação da febre Oropouche, o foco na prevenção e em soluções concretas gera oportunidades positivas.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve desenvolver consultores virtuais de saúde, utilizando chatbots e inteligência artificial para oferecer aconselhamento personalizado e informações de saúde sob demanda, 24 horas por dia, 7 dias por semana. Isto democratiza o acesso à informação e torna o aconselhamento mais ágil e acessível. Para antecipar crises e boatos, a assessoria pode implementar observatórios de sentimentos nas redes sociais, monitorando as discussões online sobre saúde para identificar tendências, preocupações e potenciais crises de imagem em tempo real. Isto permite uma gestão proativa da comunicação e respostas rápidas a boatos. E para aumentar o engajamento cívico, a assessoria pode organizar laboratórios de dados de saúde para cidadãos, oferecendo workshops e ferramentas para que a população aprenda a analisar dados de saúde e a participar ativamente do monitoramento e da proposição de soluções para os problemas de saúde de suas comunidades. Isto empodera a população com conhecimento e participação.

Data: 02/09/2024

Total de matérias: 39

Rádio: 1 matéria - Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1)

TV: 8 matérias - Bom Dia Paraná (1), Brasil Urgente Londrina (1), CNT Notícias Pr (1), Jornal Hoje (1), Meio Dia Paraná (1), SBT Paraná (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (1), RIC Notícias (1)

Impresso: 11 matérias - Diário Dos Campos (1), Folha De Irati (1), Gazeta De Toledo (2), Indústria E Comércio (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (1), Tribuna De Cianorte (1), Tribuna Do Norte (1)

Sites: 19 matérias - Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (3), CBN Curitiba Online (1), Cobra News (1), Correio Dos Campos (1), Grande Curitiba (1), Jornales (1), O Luzieiro (1), Portal 24 (1), PR Portais (1), Tribuna Do Vale (1)

Análise dos assuntos em destaque: As manchetes de saúde do Paraná hoje convergem para alguns temas centrais. A doação de órgãos é o assunto mais proeminente, com o Paraná sendo destacado como o maior doador do país e celebrando o "Setembro Verde" para conscientização. A coqueluche também surge como um tema de preocupação, com notícias sobre o aumento de casos e a necessidade de reforço na vacinação. A inauguração de um novo ambulatório da Santa Casa com atendimento 100% SUS é outro ponto focal, ressaltando a expansão dos serviços de saúde. A CCJ discutindo projetos de campanhas de conscientização e o alto número de atendimentos do SAMU por engasgos em crianças também se destacam. Adicionalmente, o estado aparece em notícias sobre o aumento da fila de transplantes de córnea no país e como o quarto estado com mais suicídios, indicando desafios em diversas áreas da saúde.

Risco à imagem: A liderança em doação de órgãos, embora louvável, pode gerar uma percepção de foco excessivo em soluções de alta complexidade, enquanto problemas básicos persistem. A constante necessidade de campanhas "Setembro Verde" pode indicar uma luta contínua para mudar a cultura de doação, sugerindo que o sistema não engrenou organicamente. O alarme com a coqueluche, mesmo com reforço vacinal, expõe uma possível falha na comunicação e adesão a programas preventivos. A repetição do tema pode transmitir a imagem de que, apesar dos esforços, o estado não consegue controlar doenças básicas, gerando dúvidas sobre a efetividade da gestão da saúde pública na raiz dos problemas. A inauguração do ambulatório da Santa Casa, embora positiva, pode realçar a dependência do SUS em entidades

filantrópicas para suprir a demanda. Já a discussão na CCJ sobre campanhas de conscientização, abrangendo diversos temas, pode indicar uma estratégia de comunicação reativa e paliativa. Multiplicar campanhas pode sugerir que o governo age apagando incêndios, sem resolver os problemas de base que levam a tantas demandas por conscientização. O alto número de engasgos infantis, recorrente nos atendimentos do SAMU, pode gerar uma imagem de falta de suporte e orientação às famílias. Cartilhas online, embora úteis, podem parecer insuficientes diante da magnitude do problema, sugerindo que o governo não oferece apoio prático e contínuo para prevenir acidentes domésticos especialmente em famílias mais vulneráveis.

Oportunidade de mídia positiva: A liderança em doação de órgãos pode ser celebrada como um reflexo da generosidade e da solidariedade da sociedade paranaense. A comunicação pode dar voz às histórias emocionantes de doadores e receptores, mostrando o impacto humano da doação e incentivando mais cidadãos a se tornarem doadores, criando um movimento orgânico de apoio à causa. Projete o Paraná como um estado onde a comunidade se une para salvar vidas. A preocupação com a coqueluche pode ser um ponto de partida para fortalecer a ação comunitária na prevenção de doenças. A assessoria pode incentivar a criação de redes de apoio entre pais, grupos de discussão sobre vacinação e iniciativas locais de conscientização, mostrando que a comunidade organizada é a primeira linha de defesa contra a doença. Destaque o Paraná como um estado onde cidadãos se unem para proteger a saúde de suas famílias e vizinhanças.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação pode criar "clubes de saúde presenciais e online", fomentando comunidades de apoio e troca de experiências entre pessoas com interesses ou condições de saúde em comum. Imagine grupos de caminhada para diabéticos, clubes de mães para discutir vacinação infantil ou fóruns online para pacientes com doenças raras. Isto fortalece o engajamento e a conexão humana. Para humanizar ainda mais a mensagem, a assessoria deve investir em "perfis de saúde inspiradores" nas redes sociais, dando destaque a histórias reais de superação, resiliência e transformação de vida de pacientes e profissionais de saúde do Paraná.

Data: 04/09/2024

Total de matérias: 67

Rádio: 6 matérias - CBN (Cascavel) (1), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 16 matérias - Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (1), Jornal Tarobá 2ed. (3), Meio Dia Paraná (1), Primeira Hora Cascavel (2), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), RIC Notícias (1), SBT Notícias Paraná - Londrina (1), Tá Na Hora Paraná - Foz Do Iguaçu (1), Tá Na Hora Paraná - Maringá (1), Tribuna Da Massa (1)

Impresso: 15 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Diário Dos Campos (2), Folha Extra (1), Gazeta De Toledo (2), Jornal Bem Paraná (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã PR (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (2), O Paraná (1), Tribuna Do Norte (PR) (2)

Sites: 30 matérias - Agora Litoral (1), Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (2), Blog Do Berimbau (2), Capital Da Tilápia (3), CBN Curitiba Online (3), CBN Londrina (1), Coluna do Meio (1), Correio do Litoral (1), Correio dos Campos (1), Femipa (2), Grande Curitiba (1), Iporã News (1), Jornal O Repórter (1), O Fato Maringá (1), O Luzieiro (1), Pinga Fogo (1), Portal Aerp (1), Preto no Branco (1), R7 (1), RIC Mais (1), Tribuna do Vale (2)

Análise dos assuntos em destaque: A vacinação nas escolas é o assunto com maior recorrência hoje, com diversas manchetes sobre a prorrogação da campanha e o número de doses aplicadas, ultrapassando 160 mil. A dengue também é um tema constante, com notícias sobre novos casos, boletins da SESA e o total de casos no estado. A coqueluche surge como preocupação crescente, com o aumento de casos e o reforço da importância da vacinação. A Mpox (varíola dos macacos) também aparece, com a confirmação de casos no Paraná e alertas da Secretaria de Saúde. As cirurgias eletivas, incluindo a terceirização e a ampliação do atendimento, são outro ponto de destaque.

Risco à imagem: A vacinação nas escolas, mesmo com o grande número de doses aplicadas e prorrogações, pode transmitir uma imagem de ação emergencial e paliativa, sem resolver a fundo a questão da cobertura vacinal. Prorrogações constantes podem indicar falta de planejamento ou adesão insuficiente, gerando questionamentos sobre a efetividade da campanha a longo prazo. O aumento de casos de dengue, mesmo com os boletins informativos, pode gerar uma percepção de falha no controle da epidemia. A repetição de notícias sobre novos casos pode alarmar a população e gerar cobranças por ações mais eficazes e resultados visíveis

no combate ao mosquito e à doença. O aumento de casos de coqueluche, e o reforço da vacinação, podem indicar uma vulnerabilidade na saúde infantil. Apesar do alerta sobre a importância da vacina, o aumento da doença pode gerar preocupação e medo nos pais, questionando se o governo está protegendo adequadamente as crianças. A confirmação de casos de Mpox, ainda que em menor número, pode gerar medo e desinformação na população. Se a comunicação não for clara e transparente sobre a situação e as medidas de controle, pode surgir uma imagem de alerta mal gerenciado e potencial pânico desnecessário. As cirurgias eletivas, mesmo com a terceirização e ampliação, podem gerar frustração se as filas não diminuïrem no ritmo esperado. A terceirização pode ser vista como privatização da saúde ou sinal de que o sistema público não dá conta da demanda, gerando críticas sobre a gestão e alocação de recursos.

Oportunidade de mídia positiva: No programa de Vacinação nas Escolas é importante enfatizar o número massivo de doses como demonstração de adesão e confiança na vacinação. Os boletins com aumento de casos de dengue demonstram a transparência e responsabilidade do governo em manter a população informada. A mensagem é de um governo que não esconde os desafios, mas os enfrenta com abertura e ação, fortalecendo a confiança da população na gestão da saúde. Com o aumento de casos de coqueluche e o reforço da vacinação, a comunicação pode enfatizar a rapidez na resposta, o reforço da vacinação e as campanhas de conscientização como prova do cuidado prioritário com a saúde infantil. A confirmação de casos de Mpox pode demonstrar a eficiência do sistema de vigilância epidemiológica do Paraná.

Sugestão de ação de comunicação: Para construir uma imagem de governo acessível e inovador, a assessoria pode criar o "chatbot celebridade da saúde", personificando um personagem virtual carismático que interage com a população nas redes sociais, responde dúvidas sobre saúde, desmistifica fake news e promove campanhas de vacinação e prevenção de doenças com linguagem acessível. Ter um influenciador virtual da saúde gera engajamento espontâneo e reforça a mensagem de forma leve e memorável.

Data: 05/09/2024

Total de matérias: 55

Rádio: 4 matérias - Jovem Pan (103,9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1), Rádio Mundial FM (100,3 FM - Tol.) (1)

TV: 15 matérias - Bom Dia Paraná (1), CNT Notícias Pr (1), Jornal Tarobá 1ed. (2), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), RIC Notícias (2), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias Paraná - Londrina (2), Tá Na Hora Paraná - Foz Do Iguaçu (1), Tá Na Hora Paraná - Ponta Grossa (1), Tribuna Da Massa - Foz Do Iguaçu (1), Tribuna Da Massa - Ponta Grossa (1)

Impresso: 28 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Do Noroeste (2), Diário Dos Campos (4), Folha De Londrina (1), Gazeta Do Paraná (1), Gazeta Regional (2), Indústria E Comércio (2), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (3), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (2), Metrópole São José (3), O Paraná (3), Tribuna Do Norte (Pr) (2), Jornal União (1)

Sites: 8 matérias - Arari FM (1), Band News FM Curitiba Online (2), CBN Curitiba Online (1), Jornales (1), Tribuna Do Paraná Online (1), Tribuna Do Vale (2)

Análise dos assuntos em destaque: As manchetes de saúde do Paraná hoje destacam a vacinação nas escolas com inúmeras notícias sobre a prorrogação da campanha e a marca de mais de 160 mil doses aplicadas. A coqueluche também tem proeminência, com o aumento de casos e o apelo da SESA pela vacinação. A Mpox (varíola dos macacos) é outro tema presente, com a confirmação de casos no estado. O Paraná é celebrado como líder em doação de órgãos. A fila para cirurgias eletivas no HUOP e a inauguração de uma unidade de terapia renal em Cascavel também ganharam destaque.

Risco à imagem: A repetição constante de "prorrogação" na vacinação nas escolas pode soar como indecisão ou dificuldade em atingir metas, minando a credibilidade da gestão da campanha e a percepção de que a vacinação é realmente eficaz e necessária. O aumento de casos de coqueluche, aliado ao apelo incessante por vacinação, pode gerar ansiedade parental e questionamento da responsabilidade governamental. A confirmação de casos de Mpox, mesmo poucos, carrega o risco de estigmatização e desinformação se a comunicação for inadequada. A liderança em doação de órgãos, embora positiva, pode soar desconexa das preocupações cotidianas da saúde. Celebrar rankings pode parecer distante da realidade da população que enfrenta filas, espera por consultas e tem outras demandas de saúde não atendidas. A imagem pode ser de um governo que prioriza feitos grandiosos em detrimento de soluções para

problemas mais básicos e urgentes. As cirurgias eletivas, mesmo com mutirões e novas unidades, podem expor limitações estruturais do sistema. A necessidade de ações emergenciais pode sugerir que o governo age no paliativo, sem resolver as causas de fundo das filas e da falta de acesso, gerando uma imagem de gestão reativa e insuficiente para garantir saúde de qualidade para todos.

Oportunidade de mídia positiva: Em vez de focar em prorrogações na campanha de vacinação, a comunicação pode destacar o alcance massivo da ação, ultrapassando 160 mil doses. Enfatize a logística exemplar da campanha, o engajamento dos profissionais de saúde e a adesão da comunidade escolar como prova da capacidade de mobilização e da presença do governo em cada canto do Paraná. O aumento de casos de coqueluche e o reforço da vacinação demonstram a agilidade e prontidão do governo em responder a emergências de saúde. A comunicação pode enfatizar a rapidez na detecção do aumento de casos, o reforço imediato da vacinação e a mobilização da rede de saúde como prova da capacidade de reação e do compromisso com a saúde infantil. A mensagem é de um governo alerta e eficiente na proteção dos mais vulneráveis. A confirmação de casos de Mpox, em vez de gerar alarme, demonstra a eficiência do sistema de vigilância epidemiológica do Paraná em detectar e monitorar doenças. A comunicação deve focar no preparo da rede de saúde para diagnóstico e tratamento, na divulgação de informações precisas e orientações claras à população e na sensação de segurança transmitida.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve criar um "canal direto com profissionais de saúde", com newsletters, fóruns online e eventos exclusivos para médicos, enfermeiros e outros profissionais. Valorizar e reconhecer a expertise da classe médica gera credibilidade e fortalece a parceria com quem está na linha de frente. Para combater a desinformação, é crucial criar uma "rede de checadores de fatos em saúde", com jornalistas, cientistas e especialistas que desmintam fake news sobre saúde de forma rápida e didática.

Data: 10/09/2024

Total de matérias: 39

Rádio: 4 matérias - Band News FM (Curitiba) (1), CBN (Curitiba) (1), Rádio Cultura Am (930 AM - Curitiba) (1), Rádio Cultura Foz (1)

TV: 10 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade (1), Bom Dia Paraná (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), Jornal Tarobá 2ed. (3), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias PR (1)

Impresso: 8 matérias - Diário Do Noroeste (1), Gazeta De Toledo (1), Hoje Maringá (1), Indústria E Comércio (1), Jornal Correio Notícias (2), O Presente (1), Jornal União (1)

Sites: 17 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (2), Blog Do Berimbau (1), Bonde (1), Capital Da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (3), Curitiba News (1), Femipa (2), Jornales (1), Pr Portais (1), Tribuna Do Vale (1), Voz Do Povo Arapoti (1)

Análise dos assuntos em destaque: As notícias de saúde do Paraná destacam alguns temas com grande repetição. A dengue é o assunto mais recorrente, com inúmeras manchetes sobre novos casos, boletins semanais e o aumento contínuo da doença no estado. A preocupação com a coqueluche também persiste, especialmente em Curitiba e Cascavel. A prevenção ao suicídio emerge como um tema sensível, com a publicação de notas orientativas e a iluminação da Ponte da Integração em amarelo, simbolizando o Setembro Amarelo.

Risco à imagem: A saúde pública do Paraná enfrenta riscos de imagem significativos. O aumento contínuo de casos de dengue (278 novos casos em uma semana) e o ressurgimento da coqueluche (mais de 130 casos e duas mortes em Curitiba, 6 casos em Cascavel) sugerem falhas na prevenção e vigilância epidemiológica. A alta demanda nos hemocentros, intensificada pela saída de bancos de sangue privados do SUS, pode levar à escassez e comprometer os atendimentos. A publicação de notas e manuais sobre suicídio (531 casos em 2024), embora importante, pode ser interpretada como reação a um problema crescente, não como prevenção eficaz. O alerta sobre tempo seco e cuidados com crianças, embora preventivo, reforça a vulnerabilidade da população. A espera por liberação para cirurgias eletivas (HUOP) indica entraves burocráticos.

Oportunidade de mídia positiva: Os temas de saúde em destaque, quando comunicados de forma estratégica, podem se tornar poderosos instrumentos de mídia positiva para o Governo do Paraná. No caso da dengue, em vez de "fadiga da mensagem", a persistência dos boletins informativos demonstra o monitoramento constante e transparente da situação pelo governo. Cada boletim pode ser usado para reforçar as ações de combate, educar a população sobre

prevenção e destacar a estrutura de saúde preparada para o atendimento. A preocupação com a coqueluche em Curitiba e Cascavel demonstra a atenção do governo às particularidades regionais e o cuidado redobrado com a saúde infantil. A concentração das notícias nessas cidades pode ser usada para destacar ações específicas e direcionadas para essas regiões, mostrando um governo sensível às necessidades locais e proativo na proteção das crianças em todo o estado, em vez de uma percepção de "priorizar grandes centros". A iniciativa do Setembro Amarelo, com a iluminação da Ponte da Integração, demonstra o compromisso público e visível do governo com a saúde mental e a prevenção ao suicídio. A necessidade de doações de sangue pelo Hemocentro pode se tornar um chamado à solidariedade da população paranaense. A comunicação pode mobilizar a sociedade, divulgar a importância da doação, facilitar o acesso aos hemocentros e celebrar os doadores como heróis anônimos, construindo uma imagem de um governo que conecta a população em prol de uma causa nobre e fortalece o espírito de comunidade, em vez de transparecer um sistema "fragilizado e dependente da solidariedade".

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve criar um "Comitê de Pauta Positiva em Saúde", reunindo semanalmente representantes da comunicação, da SESA e de hospitais para identificar histórias inspiradoras, avanços e iniciativas de destaque que possam gerar notícias positivas e espontâneas. Esta ação garante um fluxo contínuo de pautas positivas e evita que boas notícias passem despercebidas. A assessoria pode organizar "visitas guiadas de jornalistas a unidades de saúde modelo", apresentando inovações em gestão, tecnologias e atendimento humanizado implementadas no Paraná. Oferecer experiências imersivas para a imprensa vivenciar a excelência do sistema de saúde gera matérias mais ricas e autênticas, com potencial de viralização.

Data: 13/09/2024

Total de matérias: 40

Rádio: 3 matérias: Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 9 matérias: Balanço Geral Maringá (2), Band Cidade Maringá (1), Bom Dia Paraná (3), Meio Dia Paraná (1), RIC Notícias (1), SBT Notícias PR (1)

Impresso: 14 matérias: Diário Do Noroeste (3), Folha De Irati (1), Indústria E Comércio (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (2), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Página Um (2), Tribuna De Cianorte (1), Tribuna Do Norte (PR) (1)

Sites: 14 matérias: A Notícia Digital (1), Bem Paraná (1), Boca Santa (1), Capital Da Tilápia (3), Correio Dos Campos (1), Grande Curitiba (1), Jornal Ponta Grossa (1), Maringá Post (1), Oeste360 (1), O Fato Maringá (1), O Luzieiro (1), Paraná Em Destaque (1), Rede Sul de Notícias (1)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje, as notícias de saúde do Paraná giram em torno da inauguração do Hospital da Criança em Maringá. Outro tema recorrente é a dengue, com o estado registrando mais de mil casos no novo período epidemiológico. As síndromes respiratórias também preocupam, com um alto número de mortes registradas. A vacinação contra a Covid foi ampliada para adultos e há um alerta para os cuidados e prevenção da demência em idosos, com campanha especial em Setembro. Notícias sobre o AME Universitário de Ponta Grossa e a reforma do Hospital de Teixeira Soares também indicam investimentos na infraestrutura de saúde do estado. Por fim, um novo painel de dados que cruza saúde e meio ambiente surge como ferramenta de vigilância.

Risco à imagem: A inauguração do Hospital da Criança pode levar a comparações desfavoráveis com outras regiões que ainda carecem de infraestrutura similar. Focar excessivamente em Maringá pode despertar ciúmes e críticas de outras localidades que se sentem negligenciadas, gerando uma imagem de governo regionalista ou desigual na alocação de recursos. O persistente problema da dengue pode transmitir uma sensação de ineficiência das ações de controle. A repetição da notícia pode desgastar a imagem do governo perante a população que anseia por soluções definitivas e se sente desprotegida. O número de mortes por síndromes respiratórias, mais de 50, pode gerar preocupação sobre a qualidade do sistema de saúde e a capacidade de resposta a emergências. Mesmo que as causas sejam multifatoriais, a estatística pode alimentar críticas sobre a estrutura hospitalar. A ampliação da vacinação contra a Covid para adultos, embora preventiva, pode reacender a polarização e a desconfiança em

relação à vacina. Se a comunicação não for cuidadosa, pode fortalecer o discurso antivacina e gerar resistência à adesão, comprometendo o sucesso da campanha e a imagem de um governo que promove a saúde baseada em ciência. O destaque para o AME Universitário com 38% das obras executadas pode soar desanimador e expor a lentidão dos projetos de infraestrutura. O percentual pode reforçar a imagem de obras paradas ou demoradas, alimentando críticas sobre a gestão de projetos e o cumprimento de promessas, prejudicando a credibilidade do governo.

Oportunidade de mídia positiva: A comunicação pode celebrar a inauguração do Hospital da Criança em Maringá como um evento transformador, um legado duradouro e a prova concreta do compromisso do governo com a saúde infantil. O registro de casos de dengue demonstra o sistema de vigilância ativa e eficiente do Paraná em monitorar a doença de perto. O uso dos números como alerta educativo para a população, reforça a importância da prevenção e detalha as ações do governo no combate ao mosquito. O número de mortes por síndromes respiratórias, embora trágico, pode ser o ponto de partida para uma mobilização em prol da saúde respiratória. A comunicação pode sensibilizar a população sobre os riscos, incentivar a prevenção e destacar os esforços do governo para aprimorar o atendimento, como investimentos em UTIs, capacitação de profissionais e campanhas de vacinação. A ampliação da vacinação contra a Covid para adultos demonstra a visão abrangente e preventiva do governo em proteger todas as faixas etárias. A comunicação pode celebrar a ampliação como um passo decisivo para a saúde coletiva, reforçar a segurança e eficácia da vacina e incentivar a adesão em massa. O avanço das obras do AME Universitário, mesmo com 38%, pode ser comunicado como sinal de compromisso de longo prazo com a saúde em Ponta Grossa. A comunicação pode trazer benefícios futuros para a população e reforçar o investimento contínuo do governo na infraestrutura de saúde do estado.

Sugestão de ação de comunicação: Para que a assessoria de comunicação seja ainda mais eficaz, propomos priorizar "mídia hyperlocal", com posts nas redes sociais por meio dos nanoinfluenciadores, além de notícias em rádios comunitárias e jornais locais, atingindo diretamente cada bairro. Esta ação tem possibilidade de alcançar capilaridade máxima.

Data: 16/09/2024

Total de matérias: 87

Rádio: 6 matérias: BandNews FM (Curitiba) (1), CBN (Curitiba) (1), Rádio Colmeia (1), Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) (1), Rádio Maringá FM (1), Rádio Nova Ingá (Maringá 870 AM) (1)

TV: 16 matérias: Balanço Geral Maringá (1), Balanço Geral PR (1), Band Cidade (1), Band Cidade Maringá (1), Beija Flor na TV (1), Bom Dia Paraná (1), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná - Maringá (2), Primeiro Impacto PR Maringá (1), RIC Notícias (2), RIC Notícias Manhã (1), SBT Paraná (1), Tá na Hora Paraná - Maringá (1)

Impresso: 9 matérias: Diário do Noroeste (1), Gazeta Regional (1), Hoje Maringá (1), Indústria e Comércio (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Tribuna de Cianorte (1), Tribuna do Interior (1)

Sites: 56 matérias: Agora Paraná (Curitiba) (1), A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), Blog do Berimbau (1), Blog do HP (1), Blog do Rigon (2), Bomba Bomba (2), Capital da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (1), CBN Maringá (1), CGN (1), Conecta Oeste (1), Correio do Ar (1), Costa Oeste News (1), Diário de Maringá (1), Diga Notícias (1), ED Notícias (1), G1 - Paraná (2), GMC Online (2), Ibis (1), Impacto Paraná Online (1), Indústria e Comércio Online (1), Informe Policial (1), Iporã News (2), Jaguariaíva em Foco (1), Jorales (1), Jornal Ponta Grossa (1), Marechal News (1), Maringá Mais (1), Maringá Manchetes (1), MG Todo Dia (1), Na Rota das Notícias (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Fato Maringá (1), O Melhor da Cidade (1), Paraná em Destaque (1), Pinga Fogo (1), Portal Altônia (1), Portal Cantagalo (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto no Branco (1), PR Portais (2), Rádio Nova Era (1), Repórter 24 Horas (1), Repórter do Vale (1), Tá no Site (1), Tribuna do Oeste (1), TV Goyazes (1), Viver Maringá (2)

Análise dos assuntos em destaque: O tema predominante hoje é a inauguração do Hospital da Criança de Maringá, com investimento de R\$124,2 milhões do Governo do Estado. O governador Ratinho Júnior participou da abertura do hospital, que atenderá crianças de 200 cidades da região. A nova unidade é considerada uma "megaestrutura" e marca uma nova fase na saúde infantil do Paraná. Outros assuntos abordados, em menor frequência, incluem a falta de vacinas em cidades paranaenses, a retomada de cirurgias eletivas, cuidados com a saúde masculina e a demência em idosos.

Risco à imagem: A ampla divulgação da inauguração do Hospital da Criança de Maringá, apesar de positiva, traz riscos. A falta de vacinas, que afeta o estado, e as mortes por

doenças respiratórias podem ofuscar a iniciativa. A ênfase na "megaestrutura" com investimento de R\$124,2 milhões pode gerar expectativa irreal, seguida de frustração. O excesso de divulgação pode ser visto como propaganda, desgastando a imagem do governo caso o hospital não corresponda ao prometido. A euforia inicial pode se transformar em crise de imagem.

Oportunidade de mídia positiva: A inauguração do Hospital da Criança em Maringá (R\$124,2 milhões) melhora o atendimento infantil em 200 cidades, tornando-se referência regional. A visibilidade atrai investimentos e profissionais qualificados, impulsionando a economia local. O debate sobre a falta de vacinas, apesar de crítico, força ações e melhorias na rede básica. A retomada das cirurgias eletivas desafoga o sistema. O foco na saúde masculina e demência em idosos abre portas para campanhas de conscientização e prevenção.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria pode criar os "Embaixadores Mirins": crianças que utilizaram os serviços do Hospital da Criança de Maringá que contam suas histórias de superação, humanizando o hospital em vídeos curtos. É imprescindível ter o consentimento expresso dos pais ou responsáveis para o uso das imagens dos menores.

Data: 17/09/2024

Total de matérias: 71

Rádio: 6 matérias - Banda B AM (Curitiba) (1), Cultura (Apucarana) (3), Rádio Colmeia (1), Rádio Nova Ingá (Maringá 870 AM) (1)

TV: 18 matérias - A Vida Não Para (2), Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade (1), Band Cidade Maringá (1), Beija Flor na TV (1), Bom Dia Paraná (1), Brasil Urgente Londrina (1), CNT Notícias PR (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná - Maringá (3), Paraná Notícias Maringá (1), Primeiro Impacto PR Maringá (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), Tribuna da Massa - Maringá (1), Tribuna da Massa - Ponta Grossa (1)

Impresso: 28 matérias - Correio da Manhã (1), Correio do Cidadão - Guarapuava (1), Diário do Noroeste (3), Diário dos Campos (1), Folha Extra (1), Gazeta de Toledo (1), Gazeta Regional (2), Hoje Maringá (1), Indústria e Comércio (2), Jornal A Voz do Paraná (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal da Manhã PR (4), Jornal Primeira Linha (1), Metrópole São José (4), O Paraná (1), Página Um (1), Tribuna Hoje (2)

Sites: 19 matérias - Augusto Freitas (1), Capital da Tilápia (4), CBN Curitiba Online (2), Correio dos Campos (1), Grande Curitiba (1), Jornal Noroeste (1), Maringá (1), Maringá Mais (1), O Fato Maringá (1), Portal Agora (1), Primeira Linha (1), Vale do Iguaçu 106,5 FM (3), Viver Maringá (1)

Análise dos assuntos em destaque: Os temas recorrentes hoje são: a inauguração do Hospital da Criança de Maringá, com destaque para o investimento de R\$ 124,2 milhões do governo estadual e a presença do governador; o aumento de casos de dengue no Paraná, com a Secretaria de Saúde confirmando 262 novos casos em um dos boletins; e a saúde em geral no estado, incluindo recorde de cirurgias em hospitais universitários, falta de vacinas em várias cidades, debate sobre cigarros eletrônicos, ações de saúde mental e a disponibilidade da vacina contra a COVID-19.

Risco à imagem: A inauguração do Hospital da Criança em Maringá, apesar do benefício, pode gerar riscos à imagem se a euforia inicial não for acompanhada de resultados efetivos. A ênfase no investimento de R\$124,2 milhões, se contrasta com problemas como a falta de vacinas em 80% das cidades e o aumento de casos de dengue, o que pode soar como propaganda vazia. A divulgação de recordes de cirurgias pode ser questionada se houver longas filas de espera. O debate sobre cigarros eletrônicos, embora relevante, desvia o foco de problemas mais urgentes. A longo prazo, se a percepção for de que a saúde no Paraná não melhorou, o investimento no hospital pode ser considerado um "elefante branco".

Oportunidade de mídia positiva: A inauguração do Hospital da Criança em Maringá é uma oportunidade para transformar a saúde infantil na região, atraindo investimentos e profissionais. O debate sobre a falta de vacinas e o aumento da dengue, embora revelem problemas, impulsionam a busca por soluções e campanhas de conscientização. O recorde de cirurgias demonstra a capacidade da rede hospitalar, podendo atrair mais recursos. A discussão sobre cigarros eletrônicos posiciona o Paraná na vanguarda da saúde pública. Ações em saúde mental e a disponibilidade da vacina contra COVID-19 mostram um sistema de saúde abrangente.

Sugestão de ação de comunicação: Assessoria pode realizar a série "Histórias que Curam", série em vídeo (redes sociais) com pacientes e familiares apresentando seus casos e como foram atendidos pela rede pública paranaense. Além disso, pode criar o "Podcast da Saúde" com a participação de especialistas que debatem temas relevantes como dengue, vacinas, etc.

Data: 18/09/2024

Total de matérias: 82

Rádio: 3 matérias - Difusora (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2)

TV: 11 matérias - Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (2), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná - Foz do Iguaçu (1), Primeira Hora (TV Tarobá) (2), RIC Notícias Manhã (1), Tarobá Notícias (1), TN Online (1)

Impresso: 18 matérias - Diário do Noroeste (2), Gazeta 369 (1), Gazeta de Toledo (3), Gazeta do Paraná (4), Jornal Bem Paraná (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal da Manhã PR (4), Tribuna do Interior (1), Tribuna do Norte (PR) (1)

Sites: 50 matérias - Agora Paraná (Curitiba) (2), A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), Bahia.ba (1), Beltrão Agora (1), Blog do Berimbau (1), Blog do HP (1), Bonde (1), Cantu em Foco (1), Capital da Tilápia (1), Casa de Notícias (1), CaTVe.com (1), CBN Curitiba Online (1), CGN (1), Conecta Oeste (1), Correio dos Campos (1), D'Ponta News (1), Diga Notícias (1), ED Notícias (1), Grande Curitiba (1), Ibis (1), Informe Policial (1), Iporã News (1), Jaguariaíva em Foco (1), JBA Notícias (1), Jornal Integração (1), Jornal Ponta Grossa (1), Marechal News (1), MG Todo Dia (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Melhor da Cidade (1), O Sururu (1), Pingá Fogo (1), Portal Altônia (1), Portal da Cidade - Foz do Iguaçu (1), Portal H2Foz (1), Portal Irati (1), Portal Nas (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto no Branco (1), Repórter do Vale (1), Sertanópolis News (1), Tá no Site (1), Tribuna do Oeste (1), Tribuna do Vale (1), TV Goyazes (1)

Análise dos assuntos abordados: Hoje foram divulgados a conclusão da força-tarefa de vacinação nas escolas do Paraná, com a aplicação de 292,6 mil doses de vacinas; o aumento de casos de dengue no estado, com destaque para o boletim da Secretaria da Saúde que confirma 262 novos casos e a alta infestação em 94% das cidades; e o Paraná como referência nacional em transplantes de órgãos. Há também menções sobre investimento federal no combate à dengue, falta de vacinas em algumas cidades (como Cascavel), recorde de cirurgias em hospitais universitários e a inauguração do Hospital da Criança em Maringá.

Risco à imagem: A força-tarefa de vacinação, apesar do sucesso, pode ter a imagem arranhada se a população questionar a efetividade a longo prazo, especialmente diante da falta de vacinas em algumas cidades e do aumento contínuo de casos de dengue. O Paraná ser referência em transplantes é positivo, mas a notícia perde força frente à crise da dengue, que afeta 94% das cidades, e ao investimento federal ser visto como tardio ou insuficiente. O alto número de novos casos de dengue (262 em um boletim) gera insegurança e pode levar a críticas

à gestão da saúde. A menção a recordes de cirurgias em hospitais soa contraditória com relatos de falta de vacinas e de dificuldades em outros setores. A inauguração do Hospital da Criança em Maringá, embora relevante, fica diluída em meio aos problemas. A percepção geral pode ser de um sistema de saúde com ações pontuais positivas, mas incapaz de lidar com problemas maiores.

Oportunidade de mídia positiva: A força-tarefa de vacinação nas escolas (292,6 mil doses) é uma grande oportunidade, pois demonstra o compromisso do Paraná com a prevenção e pode ser modelo para o país. A liderança em transplantes reforça a imagem de excelência na saúde, atraindo investimentos e profissionais. O combate à dengue, apesar dos desafios, pode gerar mídia positiva se o estado apresentar um plano de ação eficaz, com resultados concretos (redução de casos, campanhas de conscientização). A retomada de cirurgias eletivas e o recorde em hospitais universitários atestam a capacidade de recuperação do sistema. A inauguração de hospitais e debates sobre oncologia reforçam a atenção à saúde.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação pode desenvolver duas ações diferenciadas. A primeira delas é a "Mosquito do Bem": campanha que tem como mascote o mosquito geneticamente modificado, explicando a tecnologia utilizada, suas vantagens para o meio ambiente, além de combater fake news. A outra sugestão é o "Hospital Transparente", tour virtual 360° em hospitais mostrando a sua estrutura e o trabalho desenvolvido. A proposta é dar uma visão geral dos principais hospitais para a população.

Data: 19/09/2024

Total de matérias: 69

Rádio: 6 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), CBN (Curitiba) (1), Clube FM (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Paiquerê FM News (1), Rádio Clube (Ponta Grossa 94.1 FM) (1)

TV: 12 matérias - A Vida Não Para (1), Band Cidade (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (3), Jornal Tarobá 2ed. (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Meio Dia Paraná - Ponta Grossa (1), Primeiro Impacto PR Maringá (1), Tá na Hora Paraná - Foz do Iguaçu (1), Tribuna da Massa - Foz do Iguaçu (1)

Impresso: 18 matérias - Diário do Noroeste (1), Folha de São Paulo (1), Folha Extra (1), Gazeta Regional (2), Hoje Maringá (1), Jornal A Voz do Paraná (2), Jornal Bem Paraná (1), Jornal Correio Notícias (2), Jornal de Beltrão (1), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (1), O Presente (1), Tribuna do Norte (PR) (3), Umuarama Ilustrado (2)

Sites: 33 matérias - ABG Notícias (1), Ache Aqui Notícias (1), A Rede (2), Bem Paraná (1), Capital da Tilápia (3), CBN Curitiba Online (2), CBN Londrina (1), Extra Guarapuava (1), Femipa (1), Folha Online (1), Giro de Notícias (1), GR Notícias (1), Iguassu News (1), Indústria e Comércio Online (1), Jornal Correio do Norte (1), Jorales (1), Maringá (1), Maringá Post (1), O Luzeiro (1), Paiquerê.com.br (1), Paraná em Destaque (1), Parampa Oeste (1), Pinga Fogo (1), Portal Cantu (1), PR Portais (1), Rádio Independência (1), Rádio Nova Era (1), Tanacidade.co (1), Tribuna da Fronteira (1), Tribuna do Vale (2)

Análise dos assuntos em destaque: Os temas predominantes de hoje são a conclusão da força-tarefa de vacinação nas escolas do Paraná, com a aplicação de 292,6 mil doses; a alta incidência de dengue, com 94% dos municípios paranaenses infestados; e o Paraná como destaque positivo em doação de órgãos (líder ou 3º maior cadastro de doadores, dependendo da fonte). Outros assuntos incluem: casos de coqueluche no estado (441 casos em 2024), a baixa cobertura da vacinação contra a gripe (54% da meta), a escassez de vacinas infantis no Brasil, capacitação de profissionais de saúde sobre febre maculosa, aumento de internações por doenças respiratórias, e a construção/inauguração de hospitais (Hospital do Idoso, Hospital da Acea). Há também menção à operação contra pirataria e mutirão da Defensoria Pública na área da saúde.

Risco à imagem: A força-tarefa de vacinação, apesar do número expressivo, pode ter a imagem arranhada se questionarem a efetividade a longo prazo, ainda mais com a baixa cobertura da vacina contra a gripe (54%) e a escassez de vacinas infantis. O destaque positivo

em doação de órgãos é ofuscado pela grave situação da dengue (94% dos municípios infestados) e pelo aumento de casos de coqueluche. O crescimento de internações por doenças respiratórias reforça a percepção de vulnerabilidade. A menção à construção de hospitais pode gerar cobranças por resultados imediatos e críticas se houver atrasos ou problemas. A operação contra pirataria, embora positiva, desvia o foco da saúde. A alta incidência de doenças e a baixa cobertura vacinal podem levar a uma crise de confiança na gestão da saúde pública no Paraná, desgastando a imagem do governo e gerando críticas da população e da mídia.

Oportunidade de mídia positiva: A força-tarefa de vacinação nas escolas (292,6 mil doses) é uma grande oportunidade de mostrar o compromisso do Paraná com a prevenção, servindo de exemplo para o Brasil. A liderança em doação de órgãos e o 3º lugar em cadastro de doadores reforçam a imagem de um estado solidário e eficiente na área da saúde, atraindo investimentos e reconhecimento. O combate à dengue, apesar do cenário desafiador, pode gerar mídia positiva se o governo apresentar um plano eficaz, com ações inovadoras e resultados concretos. A capacitação sobre febre maculosa demonstra preocupação com a saúde em diversas frentes. A construção de hospitais sinaliza investimento em infraestrutura. O aumento da conscientização sobre o retinoblastoma ("De olhos nos olhinhos") e a divulgação de informações sobre doação de medula óssea são pautas positivas. A atuação da Defensoria Pública reforça o acesso à saúde. É uma chance de destacar a prevenção, a solidariedade e o investimento em saúde.

Sugestão de ação de comunicação: Assessoria de comunicação pode implementar o "Mural da Gratidão": espaço físico e virtual para homenagear doadores de órgãos e profissionais da saúde. A proposta é mostrar a recuperação do transplantado e prestar agradecimento à família do doador.

Data: 23/09/2024

Total de matérias: 123

Rádio: 6 matérias - Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Rádio Cultura AM (2), Rádio Cultura Foz (1), Rádio Independência (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 19 matérias - Band Cidade (1), Bom Dia Paraná (2), Brasil Urgente Londrina (1), Jornal Hoje (1), Jornal Tarobá Ied. (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Londrina (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Paraná Notícias Maringá (1), Primeira Hora (TV Tarobá) (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), RIC Notícias Oeste (1), SBT Paraná (1), Tarobá Notícias (1), Tribuna da Massa (1)

Impresso: 19 matérias - Diário do Noroeste (1), Folha de Londrina (1), Folha do Litoral (1), Folha Extra (2), Gazeta de Toledo (1), Grupo A Folha (1), Hoje Maringá (1), Jornal A Voz do Paraná (3), Jornal Bem Paraná (1), Jornal Correio do Norte (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal de Beltrão (1), Tribuna do Norte (3)

Sites: 79 matérias - Aeroin (1), Agora Paraná (Curitiba) (1), Alerta Paraná (1), Âncora Norte (1), A Notícia Digital (2), Aqui Agora Net (1), A Rede (1), Arena de Notícias (1), AW TV News (1), Bahia.ba (1), Beltrão Agora (1), Bem Paraná (2), Blog do HP (1), BNT Online (1), Bonde (1), Cantu em Foco (1), Capital da Tilápia (5), CBN Curitiba Online (1), CGN (1), Conecta Oeste (2), Correio do Ar (1), Correio do Lago (1), Correio dos Campos (1), Diga Notícias (2), ED Notícias (1), Extra Guarapuava (1), G1 - Paraná (1), Grande Curitiba (1), Grupo A Folha (1), Hoje PR (2), Ibis (1), Impacto Paraná Online (1), Indústria e Comércio Online (2), Informe Policial (1), Iporã News (4), Jaguariaíva em Foco (3), JBA Notícias (1), Jornales (2), Jornal Paraná Cidades (1), Jornal Ponta Grossa (2), Marechal News (1), MG Todo Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), NP Diários (1), Oeste Informa (1), O Melhor da Cidade (2), O Sururu (1), Paraná em Destaque (1), Portal Altônia (1), Portal Cantu (1), Portal Maripá (1), Portal Nas (2), Portal Olhar Dinâmico (2), Preto no Branco (2), Roraima Rede (1), Sertanópolis News (1), Tanacidade.co (1), Tá no Site (2), Tribuna da Fronteira (1), Tribuna do Oeste (1), Tribuna do Vale (2), Única News (1), Viver Maringá (1)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje, o principal assunto foi a entrega de veículos e anúncio de novos aviões pelo governo do Paraná para agilizar o sistema de transplantes de órgãos. Mereceram destaque a capacitação de 5,8 mil servidores da educação para atuarem como brigadistas nas escolas e o início do processo de substituição da vacina oral contra a poliomielite (gotinha) pela injetável no Paraná. Outros assuntos incluem: falta de quatro tipos de vacina no estado, o Paraná como líder/maior doador de órgãos no Brasil (dependendo da

fonte), a entrega da maior obra dos Amigos do HC em 38 anos, casos de síndrome respiratória aguda grave, mutirão da Defensoria Pública, cirurgia inédita no Hospital Evangélico, óbitos por influenza em Curitiba e o Dia D de vacinação em Foz do Iguaçu.

Risco à imagem: O destaque excessivo à entrega de veículos e anúncio de aviões para transplantes, embora positivo, pode soar como propaganda governamental exagerada, especialmente se a população não perceber melhora efetiva no acesso aos transplantes ou se a fila de espera continuar grande. A falta de vacinas (quatro tipos) e a menção à escassez de vacinas infantis geram grande preocupação e podem levar a críticas severas à gestão da saúde. O fato do Paraná ser líder em doação de órgãos, embora positivo, contrasta com notícias sobre mortes por influenza, casos de síndrome respiratória e a própria necessidade de reforçar a estrutura de transporte de órgãos, sugerindo problemas no sistema. A substituição da vacina oral da pólio pode gerar desinformação e resistência. A capacitação de brigadistas, apesar de importante, pode ser vista como medida paliativa diante de problemas maiores.

Oportunidade de mídia positiva: A entrega de veículos e o anúncio de aviões para transplantes no Paraná geram mídia positiva como investimento em salvar vidas, colocando o estado na vanguarda da logística de saúde. O Paraná ser líder/maior doador de órgãos reforça a imagem de um estado solidário e eficiente, atraindo reconhecimento nacional. A capacitação de 5,8 mil brigadistas nas escolas demonstra preocupação com a segurança e prepara o ambiente escolar para emergências. A substituição da vacina oral da pólio pela injetável, se bem comunicada, mostra acompanhamento das melhores práticas de saúde.

Sugestão de ação de comunicação: Assessoria de comunicação pode produzir o vídeo institucional "Voo da Vida" mostrando a logística dos aviões e veículos de transporte de órgãos, com imagens impactantes. Outra ação é a "Pólio: Nova Fase", campanha informativa e tranquilizadora sobre a mudança da vacina, com pediatras da rede pública estadual como porta-vozes.

Data: 24/09/2024

Total de matérias: 60

Rádio: 7 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) Rádio (1), Rádio Clube (Ponta Grossa 94.1 FM) Rádio (1), Rádio Colmeia (1), Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) Rádio (1), Rádio Mundial FM (100,3 FM - Toledo) Rádio (1), Sant'Ana (Ponta Grossa) Rádio (1)

TV: 11 matérias - Band Cidade TV (1), Band Cidade 1ª Edição TV (1), Bem Paraná TV (1), Capital da Tilápia TV (1), Jornal Tarobá 1ed. TV (1), Meio Dia Paraná - Noroeste TV (1), Primeira Hora Cascavel TV (1), SBT Notícias Paraná - Londrina TV (1), Tá na Hora Paraná TV (1), Tribuna da Massa TV (1), Tribuna da Massa - Foz do Iguaçu TV (1)

Impresso: 26 matérias - Diário dos Campos Jornal (2), Folha Extra Jornal (1), Gazeta de Toledo Jornal (1), Gazeta do Paraná Jornal (2), Hoje PR Jornal (1), Indústria e Comércio Jornal (1), Jornal Bem Paraná Jornal (1), Jornal Correio Notícias Jornal (2), Jornal da Manhã PR Jornal (2), Jornal de Beltrão Jornal (1), Jornal do Ônibus Curitiba Jornal (2), Metrópole São José Jornal (1), O Paraná Jornal (2), Tribuna do Norte Jornal (4), Tribuna Hoje Jornal (2), Umuarama Ilustrado Jornal (3), Revista Nova Fase (1)

Sites: 16 matérias - Beija Flor na TV Site (1), Blog Olho Aberto Paraná Site (1), Boa Noite Paraná Site (1), ED Notícias Site (1), Femipa Site (1), Goionews Site (1), JBA Notícias Site (1), Jornal E Site (2), Jornal Faixa de Fronteira Site (1), Jornal Integração Site (1), O Fato Maringá Site (1), Pinga Fogo Site (2), Rádio Colmeia Site (1), Tribuna do Vale Site (1)

Análise dos assuntos abordados: São estes os principais assuntos de hoje: a substituição da vacina oral contra a poliomielite (gotinha) pela injetável no Paraná; o reforço na logística para transplantes de órgãos no estado, com entrega de veículos e anúncio de compra de aviões; e o aumento de casos de dengue no Paraná, com 276 novos casos em uma semana. Outros assuntos incluem: a falta de quatro tipos de vacinas, o novo hospital em Apucarana (Hospital da Acea), casos de coqueluche em Ponta Grossa, orientações sobre alergias sazonais da primavera, a alta ocupação de leitos em Umuarama, capacitação de servidores como brigadistas e um Dia D de vacinação em Foz do Iguaçu. Há também menções à modernização de salas cirúrgicas no Hospital das Clínicas.

Risco à imagem: A substituição da vacina oral da pólio, apesar de necessária, pode gerar desinformação e resistência, impactando a cobertura vacinal. O reforço na logística de transplantes, embora positivo, pode ser ofuscado pela alta nos casos de dengue (276 em uma semana), transmitindo a sensação de que o problema da dengue está fora de controle. A falta de

quatro tipos de vacinas é um risco grave à imagem, gerando críticas e insegurança na população. A notícia sobre o novo hospital em Apucarana é positiva, mas isolada perde relevância, em meio a problemas maiores. O aumento de casos de coqueluche, as alergias sazonais e a alta ocupação de leitos em Umuarama reforçam a percepção de um sistema de saúde sobrecarregado. A capacitação de brigadistas, embora útil, pode parecer medida paliativa. Se a comunicação não for clara e eficiente, o governo do Paraná pode enfrentar críticas por priorizar a logística de transplantes em detrimento de problemas mais urgentes e pela falta de planejamento na gestão da saúde pública.

Oportunidade de mídia positiva: A substituição da vacina oral da pólio pela injetável no Paraná é oportunidade para reforçar a imagem de modernização e cuidado com a saúde infantil, seguindo as melhores práticas. O reforço na logística de transplantes, com novos veículos e aviões, destaca o compromisso do estado em salvar vidas e ser referência nacional. O aumento de casos de dengue, apesar de negativo, pode impulsionar campanhas de conscientização e prevenção, mostrando a atuação do governo. O novo Hospital da Acea em Apucarana é um marco, ampliando o acesso à saúde na região. A capacitação de brigadistas nas escolas demonstra preocupação com a segurança, enquanto que as orientações sobre alergias sazonais reforçam o cuidado preventivo.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve focar nas campanhas de vacinação, especialmente contra a pólio (devido à mudança para a forma injetável) e dengue (baixa adesão à 2ª dose). É crucial divulgar a renovação da frota para transporte de órgãos, ressaltando o impacto na agilidade dos transplantes. Informar sobre o aumento de casos de dengue e alergias sazonais, orientando sobre prevenção e cuidados, é essencial. A inauguração de hospitais (Apucarana) e modernização de centros cirúrgicos (HC) devem ser amplamente divulgadas, mostrando investimento em infraestrutura. A capacitação de brigadistas e ações como mutirões de limpeza de rios demonstram responsabilidade social e ambiental. A comunicação sobre a ocupação de leitos deve ser transparente, explicando as causas e as medidas tomadas.

Data: 25/09/2024

Total de matérias: 47

Rádio: 3 matérias - Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) (3)

TV: 9 matérias - Band Cidade TV (1), Bom Dia Paraná TV (2), Jornal Tarobá led. TV (1), Primeira Hora Cascavel TV (2), SBT Paraná TV (1), Tá na Hora ParanáTV (1), Tá na Hora Paraná - Maringá TV (1)

Impresso: 11 matérias - Diário do Noroeste (2), Folha de Irati (1), Folha de Londrina (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (1), Tribuna do Norte (PR) (3)

Sites: 24 matérias - A Notícia Digital (1), Araucária no Ar (1), Bem Paraná (1), Blog Luciana Pombo (1), Blog Politicamente (1), BNT Online (1), Contra Ponto (1), Jornal de Colombo (1), Jornal O Repórter (1), Jornal Ponta Grossa (1), Jornal União (3), Massa News (1), Nosso Dia (1), Oeste 360 (1), O Globo On Line (1), Primeira Hora Cascavel (1), R7 (1), Rádio Colmeia (1), Tá no Site (1), Tribuna do Paraná Online (1), UOL (1), Veja Online (1), XV Curitiba (1)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje, foram destaque na mídia o anúncio do Complexo de Reabilitação Silvio Santos em Curitiba, com investimento de R\$ 65 milhões e convênio com a AACD, pelo governador Ratinho Junior; o aumento de casos de dengue no Paraná, com destaque para um boletim semanal que confirmou 276 novos casos; e a área da saúde no estado de forma geral, abrangendo desde transplantes (com a renovação da frota de veículos) até a inauguração do Hospital da Acea em Apucarana. Outros assuntos incluem: orientações sobre alergias sazonais, a substituição da vacina oral contra a pólio pela injetável, casos de Covid-19 em Paranavaí, a falta de vacinas em algumas cidades e a baixa adesão à segunda dose da vacina contra a dengue entre adolescentes.

Risco à imagem: O anúncio do Complexo de Reabilitação Silvio Santos, apesar de positivo, pode gerar críticas e riscos à imagem se for visto como promoção pessoal do apresentador ou do governador Ratinho Júnior, especialmente em ano eleitoral. O uso de recursos da venda da Copel (R\$40 milhões) pode ser questionado. O aumento de casos de dengue (276 em uma semana) e a baixa adesão à segunda dose da vacina (menos de 50% dos adolescentes) são os maiores riscos, indicando falhas na prevenção e controle da doença. A menção a cidades aguardando vacinas e a disparada de casos de Covid-19 em Paranavaí reforçam a percepção de problemas na gestão da saúde. A inauguração de hospitais (Apucarana, Complexo Silvio Santos) é positiva, mas pode ser ofuscada pelos problemas mencionados. Se

a comunicação não for cuidadosa, a imagem do governo pode ser afetada por críticas de uso político da saúde, falta de prioridade na prevenção de doenças e ineficiência no combate à dengue.

Oportunidade de mídia positiva: As notícias recentes do Paraná revelam um panorama otimista na área da saúde, com diversas oportunidades para mídia positiva. O destaque principal é o Complexo de Reabilitação Silvío Santos em Curitiba, fruto de um investimento de 65 milhões em parceria com a AACD. Este empreendimento não apenas expande significativamente a infraestrutura de saúde no estado, beneficiando a população com serviços de reabilitação física, auditiva, visual e intelectual, mas também homenageia um ícone nacional, Silvío Santos, associando sua imagem positiva à causa. Ademais, o Paraná consolida sua posição de liderança em transplantes no Brasil, impulsionado pela renovação da frota de veículos e investimentos contínuos, garantindo mais agilidade e eficiência no salvamento de vidas. A inauguração e ampliação de hospitais em Apucarana e Curitiba demonstram o fortalecimento do SUS e a expansão do acesso à saúde pública para a população. Mesmo diante do desafio da dengue, há espaço para promover a conscientização sobre a prevenção e incentivar a vacinação, especialmente entre adolescentes. Outras iniciativas, como a transição para a vacina injetável contra a pólio e as orientações sobre alergias de primavera, complementam este cenário positivo, demonstrando o compromisso do Paraná com a saúde e o bem-estar de seus cidadãos.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve divulgar amplamente o investimento no Complexo Silvío Santos e a parceria AACD, enfatizando o impacto social que o empreendimento trará. É importante também realçar liderança nacional em transplantes com dados e histórias de sucesso, mostrando a renovação da frota e vidas salvas. Finalmente, vale destacar a ampliação do SUS e novos serviços, mostrando benefícios diretos à população. A área de comunicação deve utilizar releases, redes sociais e entrevistas para maximizar o alcance e engajamento positivo.

Data: 26/09/2024

Total de matérias: 113

Rádio: 6 Matérias - Bandnews FM (Curitiba) (2), CBN (Curitiba) (1), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 20 Matérias - Balanço Geral Pr (1), Band CidadeTV (1), Band Cidade 1ª Edição TV (2), Band News (1), Bom Dia ParanáTV (1), CNT Jornal (1), Meio Dia ParanáTV (1), Paraná Notícias MaringáTV (2), Primeiro Impacto Pr MaringáTV (2), RIC Notícias ManhãTV (1), SBT Brasil (1), SBT Newssite (1), SBT Notícias Pr (2), SBT ParanáTV (1), Tá Na Hora ParanáTV (1), Tribuna Da MassaTV (1)

Impresso: 22 Matérias - A Crítica Ms (1), Diário Do Noroeste (1), Folha De Londrina (1), Folha Extra (1), Gazeta De Toledo (2), Hoje Maringá (1), Indústria E Comércio (1), Jardim Das Américas Notícias (1), Jornal A Voz Do Paraná (2), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Fronteira (1), Jornal Da Manhã Pr (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (3), Tribuna Do Norte (3), Tribuna Do Paraná (2)

Sites: 65 Matérias - 98 FM Curitiba Online (1), A Gazeta Cidade De Pinhais (1), Agora Paraná (Curitiba) (1), Amigos Do Bairro (1), A Notícia Digital (1), Aqui Agora Net (1), A Rede (1), Bahia.Ba (1), Banda B (1), Band News FM Curitiba Online (2), Beltrão Agora (1), Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (2), Blog Do Hp (1), Blog Luciana Pombo (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Brasil De Fato (1), Busão Foz (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (5), CBN Curitiba Online (1), Cgn (2), Conecta Oeste (1), D'ponta News (1), Ed Notícias (1), Folha De Campo Largo (1), Head Topics - Brasil (1), Hoje Pr (2), Ibis (1), Impacto Paraná Online (1), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (1), Iporã News (2), Jaguariaíva Em Foco (1), Jandaia Online (1), Jornal Correio Do Norte (1), Jornal Ponta Grossa (1), Jorales (1), Litorânea FM 91,5 (1), Marechal News (1), Massa News (1), Mg Todo Dia (1), Nossa Gente (2), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Melhor Da Cidade (1), O Sururu (1), Paraná Em Destaque (1), Paraná Portal (1), Pitoco (1), Portal 24 (1), Portal Altônia (1), Portal Na (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Pp News Fb (1), Preto No Branco (1), Rádio Colmeia (1), Repórter Do Vale (1), Roraima Rede (1), SBT Notícias Pr (1), Tanacidade.Com (1), Tá No Site (2), Tn Online (1), Tribuna Do Oeste (1), Tribuna Do Vale (2), TV Goyazes (1), Única News (1), Xv Curitiba (1)

Análise dos assuntos em destaque: As notícias de hoje giram em torno da construção do Complexo de Reabilitação Silvio Santos, em Curitiba. A parceria com a AACD e o

investimento de R\$65 milhões são pautas recorrentes, mostrando o esforço do governo em ampliar a infraestrutura de reabilitação. Outros temas importantes são os transplantes de órgãos, com anúncios de investimentos e liderança do estado, e a dengue, com boletins e alertas sobre o aumento de casos. Há menções a síndromes respiratórias, coqueluche, doação de sangue e ações de saúde como mutirões e vacinação. A homenagem a Silvio Santos também é um ponto central, conectando a figura do apresentador ao novo complexo de saúde.

Risco à imagem: A ênfase excessiva no nome "Silvio Santos" pode desviar o foco da real necessidade de reabilitação, soando como autopromoção política ou mero marketing, gerando críticas sobre prioridades e uso de verba pública. Além disso, caso a execução do Complexo atrase ou não atinja as expectativas, a imagem do governo pode ser arranhada por promessas não cumpridas na saúde e, embora a AACD seja renomada, qualquer questionamento sobre a parceria ou gestão do complexo pode gerar ruídos negativos. A ausência de detalhes sobre o investimento de R\$65 milhões pode levantar dúvidas sobre a alocação dos recursos e gerar desconfiança. Já a oposição pode usar a homenagem a Silvio Santos e os problemas de saúde (dengue, Covid) para criticar a gestão, explorando a imagem do governo. Finalmente, notícias sobre o aumento de casos de dengue e síndromes respiratórias podem gerar percepção de falha na gestão da saúde pública, mesmo com os investimentos no Complexo.

Oportunidade de mídia positiva: As pautas de saúde no Paraná geram ótimas oportunidades de mídia positiva. O Complexo Silvio Santos, com investimento de R\$65 milhões e parceria com AACD, destaca-se, mostrando atenção à reabilitação e infraestrutura. A liderança em transplantes, com novos veículos, reforça o pioneirismo e cuidado com vidas. Mesmo a dengue oferece espaço para conscientização e ações de combate. Novos hospitais e serviços ampliam acesso à saúde, fortalecendo o SUS. Estas pautas, bem divulgadas, constroem imagem positiva do estado na saúde.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria divulgar o investimento e parceria com AACD no Complexo Silvio Santos, enfatizando o impacto social e a homenagem ao comunicador. É importante também realçar a liderança nacional do Estado do Paraná em transplantes com dados e histórias de sucesso, mostrando a renovação da frota e vidas salvas.

Data: 27/09/2024

Total de matérias: 75

Rádio: 6 Matérias - CBN (Curitiba) (1), Cultura (Apucarana) (2), Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus Do Sul) (1), Difusora (Curitiba) (2), Rádio Caiobá (102.3 FM - Curitiba) (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1)

TV: 20 Matérias - Balanço Geral Pr (1), Band CidadeTV (1), Band Cidade 1ª Edição TV (1), Band NewsTV (1), Bom Dia Brasil (1), Bom Dia ParanáTV (2), Meio Dia Paraná - MaringáTV (1), Meio Dia Paraná - Noroeste TV (1), Primeiro Impacto PrTV (1), RIC Notícias ManhãTV (1), SBT Notícias PrTV (1), SBT ParanáTV (1), Tá Na Hora Paraná - MaringáTV (1), Tribuna Da MassaTV (2), Tribuna Da Massa - Foz Do IguaçuTV (1), Tribuna Da Massa - LondrinaTV (1)

Impresso: 22 Matérias - Diário Dos Campos (2), Folha De Irati (1), Folha De Londrina (1), Folha Do Litoral (1), Folha Vitória (1), Impacto Paraná (1), Indústria E Comércio (2), Jardim Das Américas Notícias (1), Jornal Correio Notícias (4), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (5), O Paraná (1), O Regional - Pien (1)

Sites: 25 Matérias - Agência De Notícias - Jornal De Floripa (1), ArariFM (1), Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Banda B (2), Blog Do Tupan (1), Bonde (1), Busão Curitiba (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (4), CBN Curitiba Online (1), G1 - Paraná (1), G1 - São Paulo (1), Hoje Pr (2), Jornal Fazendinha (1), Maringá Mais (1), O Globo On Line (1), Página Um News (1), Pinga Fogo (1), Pr Portal (1), Rádio Morada.Com (1), Rádio Nova FM (1), Tribuna Do Vale (1)

Análise dos assuntos em destaque: As notícias recorrentes de hoje giram em torno do Complexo de Reabilitação Silvio Santos, fruto da parceria com a AACD. A doação de órgãos também é tema central, com o Paraná liderando o ranking nacional e celebrando o dia da doação. A vacinação, incluindo estratégias para ampliar a cobertura e a substituição da gotinha da pólio, aparece como pauta relevante. Há ainda menções à construção de novas unidades de saúde, como a clínica da mulher prometida por Leprevost, e a preocupação com a coqueluche.

Risco à imagem: Apesar dos temas serem majoritariamente positivos, alguns riscos à imagem podem surgir, demandando atenção da assessoria. A superexposição do nome "Silvio Santos" no novo complexo pode soar autopromocional, desviando o foco da saúde. Atrasos ou problemas na construção podem gerar imagem de promessa não cumprida. Questionamentos sobre a parceria com a AACD ou falta de transparência nos R\$65 milhões podem gerar ruídos. A persistência de coqueluche ou outras doenças pode contrastar com a narrativa otimista. A

oposição pode explorar estes pontos e a ênfase em rankings de doação de órgãos pode soar insensível. Cobertura vacinal abaixo do esperado também impacta a imagem. É crucial monitorar a percepção pública e mitigar estes riscos para garantir uma imagem positiva da gestão da saúde.

Oportunidade de mídia positiva: As pautas de saúde no Paraná oferecem diversas chances para mídia positiva. O Complexo Silvio Santos, com R\$65 milhões e AACD, é ótimo para destacar investimento e reabilitação. A liderança em transplantes reforça o pioneirismo do estado e o cuidado com vidas, ideal para mostrar histórias de sucesso. A doação de órgãos, especialmente no dia nacional, permite campanhas de conscientização e reconhecimento da liderança paranaense. Estratégias de vacinação e novas unidades de saúde, como a Clínica da Mulher, mostram avanço e atenção à prevenção. Mesmo a coqueluche pode gerar mídia sobre ações de controle e proteção à saúde infantil.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve criar posts informativos e campanhas online sobre dengue, coqueluche e vacinação, com linguagem acessível. Vale também divulgar as inaugurações e novos serviços hospitalares em releases e entrevistas, mostrando o fortalecimento da relação com o SUS. É importante usar fotos e vídeos em todas as ações para ter maior engajamento do público.

Data: 30/09/2024

Total de matérias: 51

Rádio: 3 Matérias - Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio Cidade Do Paraná (Curitiba) (1), Quarteto Rádio Web (1)

TV: 9 Matérias - Balanço Geral Pr (1), Bom Dia ParanáTV (1), Maringá UrgenteTV (2), Meio Dia ParanáTV (1), Meio Dia Paraná - MaringáTV (1), Meio Dia Paraná - Ponta GrossaTV (1), Primeiro Impacto Pr - MaringáTV (2)

Impresso: 12 Matérias - Folha De Londrina (1), Folha De São Paulo (1), Jornal A Voz Do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Integração (1), O Presente (1), Tribuna Da Região - Goioerê (2), Tribuna De Cianorte (2)

Site: 27 Matérias - A Notícia Digital (1), Artagão Júnior (1), Banda B (1), Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (2), Capital Da Tilápia (4), CBN Curitiba Online (1), Comvc (1), Correio Dos Campos (1), Diga Notícias (1), G1 - Paraná (1), Grande Curitiba (1), Hoje Pr (3), Jaguariaíva Em Foco (1), Jorales (1), Jornal Floripa (1), O Luz (3), Pinga Fogo (1), Portal Na (1), Sanepar (1), Tribuna Do Vale (1), TV Goyazes (1)

Análise dos assuntos abordados: Os veículos de comunicação destacam hoje que a Sanepar inova com cotas sociais para vítimas de violência doméstica em concursos. O DIU via SUS ganha relevância, com mais de 26 mil inserções em 4 anos, ampliando o acesso à contracepção. O estado se mantém líder em doação de órgãos, um feito notável. O Outubro Rosa marca presença, com ações de prevenção ao câncer de mama e parcerias como IOP e Athletico. A Covid-19 e outros vírus respiratórios persistem, demandando vacinação e cuidados. Há destaque para novas unidades de saúde e serviços, como farmácia em Juranda e o Hospital da Criança. Campanhas de saúde e temas como hepatite A e doação de medula também são pauta.

Risco à imagem: Apesar de muitos temas serem positivos, há riscos à imagem. As cotas da Sanepar, embora inovadoras, podem gerar controvérsia sobre justiça em concursos. O DIU via SUS, apesar do acesso ampliado, pode irritar grupos conservadores. A liderança em doação de órgãos, se mal comunicada, pode soar insensível. O Outubro Rosa, se visto como "marketing rosa", perde impacto. A menção constante de COVID e vírus pode levar a sensação de que a pandemia não foi superada. Atrasos em novas unidades de saúde frustram expectativas. Foco excessivo em hepatite A ou em doação de medula pode parecer desviar de problemas maiores.

Oportunidade de mídia positiva: As pautas de saúde no Paraná oferecem diversas oportunidades para mídia positiva. As cotas da Sanepar em concursos são inovadoras,

mostrando responsabilidade social. O DIU pelo SUS destaca o acesso ampliado à saúde da mulher e planejamento familiar. A liderança em doação de órgãos reforça o Paraná como referência nacional em solidariedade e eficiência na saúde. O Outubro Rosa, com ações e parcerias, promove a prevenção do câncer de mama e engajamento social. Mesmo a COVID abre espaço para divulgar vacinação e cuidados contínuos. Novas unidades de saúde e serviços demonstram investimento e melhoria do atendimento. Campanhas sobre hepatite A e doação de medula ampliam a conscientização e solidariedade.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria deve focar em ações diretas e eficazes. Para o DIU/SUS, criar infoposts sobre acesso facilitado e benefícios do DIU para mulheres. Ainda para o público feminino, promover ações e parcerias para reforçar a prevenção do câncer de mama nas redes. É importante divulgar a inovação social das cotas e impacto positivo em concursos e anunciar aberturas de novas unidades e serviços oferecidos em releases, mostrando expansão do SUS. A assessoria pode usar as redes sociais e entrevistas para amplificar as mensagens e gerar engajamento positivo.

Data: 7/10/2024

Total de matérias: 60

Rádio: 2 Matérias - Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2)

TV: 0 Matéria

Impresso: 7 Matérias - Diário Dos Campos (1), Gazeta De Toledo (2), Hoje Maringá (1), Indústria E Comércio (2) Tribuna De Cianorte (1)

Sites: 51 Matérias - Aqui Agora Net (2), A Rede (1), Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Bahia Revista (1), Beltrão Agora (1), Bem Paraná (3), Blog Do Hp (2), Bomba Bomba (2), Busão Foz (2), Cantu Em Foco (2), Capital Da Tilápia (4), Coluna Do Meio (1), Conecta Oeste (1), Diga Notícias (2), Dipu (1), Grande Curitiba (1), Ibis (2), Indústria E Comércio Online (1), Informe Policial (2), Iporã News (1), Jornal Correio Do Norte (1), Jornales (1), Marechal News (2), Mg Todo Dia (2), Na Rota Das Notícias (1), Novo Cantu Notícias (2), O Correspondente (1), Oeste Informa (2), O Jornal - Marechal Cândido Rondon - Pr (1), O Melhor Da Cidade (2), Página Um News (1), Portal 24 (1), Portal Altônia (2), Portal Cantu (1), Portal Olhar Dinâmico (2), Pp News Fb (1), Radar Mt (1), Rede Vitrine Paraná (1), Revista 100 Fronteiras (1), Tribuna Do Vale (2), TV Goyazes (2)

Análise dos assuntos em destaque: A análise das notícias do Paraná de hoje revela que o estado tem se consolidado como um polo de saúde infantil, com investimentos em novos hospitais, maternidades e ampliação de serviços, um esforço amplamente divulgado. A promoção da saúde materno-infantil também é evidente, com destaque para a ampliação do serviço de aleitamento materno e a criação de um posto de coleta no Hospital Regional do Sudoeste. Em contrapartida, a situação crítica do Hospital Metropolitano de Sarandi, que enfrentou interdição, intervenção estatal e gerou debates públicos, emerge como um problema persistente e de grande relevância para a saúde pública regional.

Risco à imagem: Embora a maioria das manchetes apresente uma imagem positiva da saúde no Paraná, alguns riscos podem surgir e merecem atenção. A autoproclamação como "polo de saúde infantil", se não sustentada por serviços de excelência e acesso universal, pode gerar desilusão e críticas caso a realidade não corresponda à expectativa criada. A "Lei Pétala", apesar de inovadora, pode atrair reações negativas de setores conservadores ou céticos ao uso medicinal da cannabis, gerando controvérsia. O "Outubro Rosa", se percebido como mera campanha de marketing sem impacto real na redução do câncer de mama, pode soar vazio ou até cínico. A ênfase na redução de meningite, caso os surtos ainda ocorram, pode comprometer a credibilidade das autoridades de saúde se a diminuição não se traduzir em ausência da doença.

Programas para idosos, se mal implementados ou com recursos insuficientes, podem gerar frustração e imagem negativa caso não alcancem seus objetivos. As vagas de emprego na saúde, se mal contextualizadas (salários, locais, especialidades), podem parecer irreais ou insuficientes, gerando críticas se não refletirem melhorias concretas para os profissionais da área. É importante que a comunicação equilibre os anúncios positivos com a realidade dos serviços e foque em resultados tangíveis para a população.

Oportunidade de mídia positiva: O Paraná tem se destacado na saúde por iniciativas inovadoras e resultados positivos, como o "polo de saúde infantil", a Lei Pétala, o Outubro Rosa, a redução da meningite, programas para idosos e empregos na área. O "polo de saúde infantil" exige serviços de excelência e acesso universal para evitar frustrações. A Lei Pétala, sobre uso medicinal da cannabis, necessita de debate público transparente. O Outubro Rosa deve ir além do marketing, com ações concretas contra o câncer de mama. A redução da meningite não elimina a vigilância. Programas para idosos precisam de recursos para garantir acesso e qualidade. As vagas de emprego na saúde precisam de informações claras sobre salários e especialidades. A comunicação do governo deve equilibrar anúncios positivos com a realidade dos serviços, evitando exageros. Uma comunicação transparente e responsável fortalece a imagem positiva do Paraná na saúde. É crucial que o governo esteja atento aos desafios e trabalhe para superá-los, garantindo que os avanços se traduzam em benefícios reais para todos os paranaenses.

Sugestão de ação de comunicação: Para otimizar a comunicação sobre os avanços na saúde do Paraná, a assessoria deve focar em consolidar a imagem do estado como polo de saúde infantil. Campanhas temáticas devem destacar áreas como saúde infantil, aleitamento materno e inovações como a Lei Pétala. Conteúdo multimídia e segmentado para diferentes públicos amplifica o alcance. Eventos e press trips geram cobertura espontânea. Monitorar resultados e ser proativo na geração de notícias mantém o fluxo positivo. Canais digitais e parcerias estratégicas fortalecem a mensagem, sempre com transparência e acesso à informação. O objetivo é transformar notícias em reputação, informando a população sobre os serviços e avanços na saúde paranaense.

Data: 08/10/2024

Total de matérias: 49

Rádio: 1 Matéria - Paiquerê Am (Londrina) (1)

TV: 8 Matérias - Bom Dia ParanáTV (1), Jornal Tarobá 2ed.TV (1), Meio Dia Paraná - MaringáTV (1), Meio Dia Paraná - Ponta GrossaTV (1), Primeira Hora CascavelTV (1), Tá Na Hora Paraná - Foz Do IguaçuTV (1), Tribuna Da Massa - Foz Do IguaçuTV (2)

Impresso: 16 Matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Dos Campos (2), Gazeta De Toledo (2), Gazeta Regional (1), Indústria E Comércio (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (3), Jornal Do Oeste (1), Metrópole São José (1), O Paraná (1), Tribuna Do Interior (2)

Sites: 22 Matérias - A Rede (1), Bancada De Oposição Na Alep (1), Bem Paraná (2), Blog Do Berimbau (1), Bnt Online (1), Bonde (1), Capital Da Tilápia (1), CBN Curitiba Online (1), D'ponta News (1), Divirta-Se Curitiba (1), Extra Guarapuava (1), Femipa (2), Jornal Fatos Do Iguaçu (1), Maringá Mais (1), Nosso Dia (1), O Fato Maringá (2), Pr Portal (1), Tribuna Do Vale (1), Vale Do Iguaçu 106,5 FM (1)

Análise dos assuntos em destaque: as matérias de hoje sobre a saúde no Paraná podem ser resumidos da seguinte forma: o Paraná tem demonstrado um forte empenho na melhoria da saúde pública, com diversas iniciativas e avanços notáveis. Um destaque é a Lei Pétala, que garante acesso gratuito a medicamentos à base de cannabis medicinal para esclerose múltipla, inovando no tratamento da doença. O estado também se consolida como polo de saúde infantil, investindo em novos hospitais e maternidades. No combate a doenças, o Paraná enfrenta a dengue, com registros de novos casos e investimentos significativos. Simultaneamente, há um esforço para reduzir casos de meningite e ampliar a imunização. Programas como "Paraná Rosa" e "Desafio dos 21 Dias" incentivam hábitos saudáveis e a prevenção do câncer. O aumento na realização de exames pelo Lacen e investimentos gerais na saúde reforçam o compromisso do Paraná em oferecer serviços de saúde abrangentes e de qualidade para a população.

Risco à imagem: Apesar dos progressos divulgados, os temas recorrentes podem gerar riscos à imagem do governo do Paraná. A persistência da dengue, mesmo com investimentos, sugere fragilidade sanitária, alarmando a população e afetando o turismo. Casos de meningite e baixa imunização levantam dúvidas sobre a proteção da saúde pública. Promessas de melhoria podem indicar que a saúde atual ainda não é ideal. A Lei Pétala e o polo infantil são positivos, mas ofuscados se a comunicação não equilibrar avanços com desafios como dengue e

meningite. Comunicar apenas otimismo ignora problemas reais. É importante reconhecer desafios, mostrar ações e destacar progressos, evitando que as notícias negativas sobreponham os avanços, comprometendo a imagem de "polo de excelência" em saúde.

Oportunidade de mídia positiva: Com base nos destaques de hoje, a saúde se sobressai como pauta midiática positiva. A reincidência da Lei Pétala e da distribuição de cannabis medicinal ilustra inovação e acesso a tratamentos. A dengue, embora presente, é noticiada junto a ações e investimentos, transmitindo transparência e cuidado. O polo de saúde infantil em ascensão reforça o estado como referência regional. Iniciativas como 'Desafio dos 21 dias' e 'Paraná Rosa' promovem o bem-estar e hábitos saudáveis. Os investimentos constantes na saúde confirmam a prioridade do estado com a área. Ou seja, a recorrência desses temas gera uma imagem positiva e consistente do Paraná na mídia.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve priorizar a comunicação proativa da saúde. Reforçar Lei Pétala e cannabis, humanizando histórias e destacando pioneirismo. Na dengue, dados transparentes com ações e investimentos evidentes. Promover o Paraná como polo infantil, com campanhas e dados de excelência também deve ser foco, além de amplificar as ações "Desafio 21 dias" e "Paraná Rosa" com engajamento e histórias de sucesso. Monitorar a mídia, relacionar-se com a imprensa, usar dados e linguagem clara são fundamentais para atingir resultados relevantes. A consistência da mensagem é chave para uma imagem positiva e referência em saúde.

Data: 10/10/2024

Total de matérias: 53

Rádio: 6 matérias - Bandnews FM (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2), Rádio Cultura am (1), Rádio Cultura foz (1), Rádio Jornal São Miguel (1)

TV: 17 matérias - Balanço Geral Maringá TV (1), Balanço Geral PrTV (1), Bom Dia ParanáTV (1), CNT Notícias PrTV (2), Meio Dia Paraná - MaringáTV (2), Meio Dia Paraná - NoroesteTV (1), Primeira Hora CascavelTV (1), RIC NotíciasTV (1), RIC Notícias ManhãTV (1), RIC Notícias OesteTV (1), SBT Notícias Paraná - LondrinaTV (1), SBT Notícias PrTV (1), Tá Na Hora Paraná - Foz Do IguaçuTV (1), Tribuna Da MassaTV (1), Tribuna da Massa - Foz Do IguaçuTV (1)

Impresso: 10 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Dos Campos (1), Folha Extra (1), Jornal Bem Paraná (1), Jornal Correio Notícias (1), Jornal Da Manhã Pr (3), Metrópole São José (1), O Presente (1)

Sites: 20 matérias - Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Tupan (1), Brasil De Fato (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (1), Cgn (1), Coluna Do Meio (1), G1 - Paraná (1), Jornal Faixa De Fronteira (1), Jornal União (1), O Luz (1), Paraná Praia (1), Pinga Fogo (1), Portal Cantu (1), Rede Sul De Notícias (1), Revista 100 Fronteiras (1), Tribuna Do Vale (1)

Análise dos assuntos em destaque: Com base no noticiário de hoje, o Paraná se destaca positivamente na saúde em diversas frentes. Lidera o ranking de doação de órgãos, demonstrando eficiência e solidariedade. A recorrência de notícias sobre Mpox, embora denote atenção à doença, também reflete transparência e monitoramento ativo da saúde pública. O estado demonstra forte foco na saúde infantil, com investimentos em hospitais e campanhas de vacinação e prevenção de intoxicações. A distribuição gratuita de canabidiol para esclerose múltipla sinaliza inovação e acesso a tratamentos. Ações como lives sobre saúde mental e prevenção de intoxicações infantis reforçam o cuidado preventivo.

Risco à imagem: Apesar da liderança em doação e avanços na saúde infantil, a reincidência de temas como Mpox pode gerar imagem de estado com problemas sanitários persistentes, mesmo com transparência. A repetição de casos de coqueluche, hipertensão e diabetes, apesar das campanhas, pode sugerir falhas na saúde preventiva. Intoxicação infantil por medicamentos, com alta incidência, levanta preocupações sobre cuidado familiar e segurança. O foco constante em doenças, mesmo com ações positivas, pode ofuscar a percepção

de um Paraná focado no bem-estar geral, projetando uma imagem reativa a crises em vez de proativa na saúde populacional.

Oportunidade de mídia positiva: . A liderança no ranking nacional de doação de órgãos é um destaque, podendo impulsionar campanhas de conscientização e celebrar o sucesso do sistema de transplantes. A distribuição gratuita de canabidiol para esclerose múltipla e a criação de um dispositivo para detectar câncer de mama demonstram inovação e compromisso com o bem-estar. A inauguração do Hospital da Criança em Maringá e o investimento em atenção à saúde infantil reforçam o cuidado com as novas gerações. A realização de lives sobre prevenção de intoxicações infantis e a divulgação de dados sobre Mpox (varíola dos macacos), embora esta última trate de uma doença, mostram a preocupação com a informação e a transparência. O aumento da procura por DIU no SUS pode indicar o sucesso de políticas de planejamento familiar. Ações de musicoterapia em hospitais humanizam o tratamento.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve capitalizar mídia positiva na saúde. Na doação de órgãos, promover liderança com histórias inspiradoras e reconhecimento nacional. Na Saúde infantil, destacar investimentos, vacinação e bem-estar, focando no futuro e desenvolvimento. Já no Canabidiol é importante enfatizar inovação e acesso, posicionando o estado como pioneiro. Usar dados, humanizar temas, buscar mídia nacional e regional, reforçando o Paraná como referência em saúde e bem-estar integram as ações sugeridas.

Data: 14/10/2024

Total de matérias: 47

Rádio: 7 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Difusora (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (4), Rádio Ouro Verde (105.5 FM - Curitiba) (1)

TV: 8 matérias - Balanço Geral MaringáTV (1), Bom Dia ParanáTV (1), Meio Dia Paraná - MaringáTV (1), Meio Dia Paraná - Ponta GrossaTV (1), RIC NotíciasTV (1), RIC Notícias OesteTV (1), SBT Notícias PRTV (1), Tá Na Hora Paraná - MaringáTV (1)

Impresso: 5 matérias - Diário Dos Campos (1), Folha De Londrina (1), Folha Extra (1), Tribuna De Cianorte (1), Tribuna Do Norte (1)

Sites: 27 matérias - Agora Paraná (Curitiba) (1), Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Bem Paraná (4), Blog Do Rigon (1), Blog Luciana Pombo (1), Busão Foz (1), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (2), Cgn (1), Crn Online (1), Dipu (1), Extra Guarapuava (1), Folha De Curitiba (1), Hoje Pr (1), Iporã News (1), Maringá Post (1), Nosso Dia (1), Oeste360 (1), O Luz (1), Portal H2Foz (1), Portal Irati (1), Tribuna Do Paraná Online (1)

Análise dos assuntos abordados: O destaque na mídia hoje é a condição crítica do Hemepar, com estoques baixos de sangue e apelos urgentes por doações de quatro tipos sanguíneos específicos, tornando um assunto recorrente e preocupante. A Assembleia Legislativa do Paraná (Alep) tem discutido e aprovado a ampliação do benefício da meia-entrada em eventos culturais para doadores de órgãos, uma medida para incentivar a doação. Em paralelo, o Estado reforça a regionalização da saúde, com investimentos em novas estruturas e ampliação de serviços em diversos municípios, incluindo a comemoração de um ano do Hospital Regional de Toledo, com aumento expressivo de cirurgias eletivas. A situação do Hospital Metropolitano também é mencionada.

Risco à imagem: A situação da saúde no Paraná apresenta riscos consideráveis à imagem do setor. A crise no Hemepar, com estoques críticos e apelos urgentes por doação de sangue, sugere uma fragilidade no sistema de hemoterapia, podendo gerar insegurança na população quanto à disponibilidade de sangue para procedimentos médicos. Embora a ampliação da meia-entrada para doadores de órgãos seja uma iniciativa positiva, sua recorrência nas notícias, associada à crise do Hemepar, pode ser interpretada como uma medida paliativa, e não como uma solução estrutural para o problema da doação. A suspensão de atendimentos de urgência e emergência no Hospital Metropolitano, após vistoria da vigilância sanitária, é um evento grave, que expõe falhas na gestão e na infraestrutura hospitalar, gerando desconfiança

nos serviços de saúde. O foco na regionalização com novas estruturas pode não ter efeito na imagem se estas não resolverem os problemas.

Oportunidade de mídia positiva: Apesar dos desafios, os temas recorrentes na saúde do Paraná oferecem oportunidades de mídia positiva. A ampliação da meia-entrada para doadores de órgãos, se bem divulgada, pode impulsionar as doações e mostrar o reconhecimento do estado a esse ato de solidariedade. A crise no Hemepar, embora negativa, pode gerar um senso de urgência e mobilizar a população a doar sangue, transformando a dificuldade em uma campanha de conscientização bem-sucedida. O reforço da regionalização da saúde, com novas estruturas e ampliação de serviços (como o aumento de cirurgias eletivas no Hospital Regional de Toledo), demonstra investimento e compromisso com o acesso à saúde em todo o estado. A disponibilização de medicamentos à base de canabidiol e as mais de mil fiscalizações do Conselho de Biomedicina mostram compromisso.

Sugestão de ação de comunicação: Sobre a crise do Hemepar, a assessoria de comunicação deve lançar campanhas emergenciais de doação de sangue, com foco na urgência e nos tipos sanguíneos mais necessários, usando linguagem emotiva e casos reais. É crucial divulgar amplamente a ampliação da meia-entrada para doadores de órgãos, mostrando o benefício como um reconhecimento e incentivo. Sobre a regionalização da saúde, criar matérias e vídeos mostrando o impacto das novas estruturas na vida das pessoas, com depoimentos de pacientes e profissionais. Destacar o aumento de cirurgias eletivas no Hospital Regional de Toledo. Sobre o Hospital Metropolitano, transparência total: explicar a situação, as medidas tomadas e os prazos para normalização, evitando especulações. Usar redes sociais, imprensa, rádios e TVs para todas as ações.

Data: 15/10/2024

Total de matérias: 117

Rádio: 10 matérias - Bandnews FM (Curitiba) (1), CBN (Curitiba) (4), Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus Do Sul) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio 97 FM (97.7 FM - Foz Do Iguaçu) (1), Rádio Nova Era (1), Sant'Ana (Ponta Grossa) (1)

TV: 11 matérias - Balanço Geral Pr (1), Band CidadeTV (1), Boa Noite ParanáTV (1), Meio Dia Paraná - Foz Do IguaçuTV (1), Meio Dia Paraná - NoroesteTV (1), Primeiro Impacto Pr MaringáTV (1), Tá Na Hora Paraná - MaringáTV (1), Tribuna Da MassaTV (1), TV Goyazessite (2)

Impresso: 32 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Do Noroeste (2), Folha De Londrina (1), Folha Do Litoral (3), Folha Extra (2), Gazeta De Palmeira (1), Gazeta De Toledo (1), Hoje Maringá (1), Indústria E Comércio (2), Jornal A Voz Do Paraná (6), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (2), Jornal Da Manhã Pr (1), Jornal Do Ônibus Curitiba (1), O Paraná (1), O Presente (1), Tribuna Do Interior (1), Tribuna Do Norte (3), Tribuna Do Norte (PR) (1)

Sites: 64 matérias - Agora 1 (1), Agora Paraná (Curitiba) (1), Aqui Agora Net (2), A Rede (1), Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (3), Bahia Revista (2), Bem Paraná (4), Blog Do Hp (2), Blog Do Rigon (1), Blog Do Tupan (1), Bonde (1), Busão Curitiba (1), Busão Foz (3), Cantu Em Foco (1), Capital Da Tilápia (4), CaTVe.Com (1), CBN Curitiba Online (2), Cgn (1), Coluna Do Meio (1), Conecta Oeste (2), Diga Notícias (2), Dipu (2), Femipa (1), GI - Paraná (1), Giro De Notícias (1), Gr Notícias (1), Ibis (2), Indústria E Comércio Onlinesite (1), Informe Policial (2), Iporã Newssite (1), Jorales (1), Jornows (1), Marechal News (2), Maringá Mais (1), Mg Todo Dia (2), Nossa Gente (2), Novo Cantu Notícias (2), O Correspondente (1), Oeste Informa (2), O Fato Maringá (2), O Melhor Da Cidade (2), Página Um News (1), Paraná Em Destaque (3), Pinga Fogo (1), Portal Altônia (2), Portal Cambé (1), Portal Cantu (2), Portal H2Foz (1), Portal Olhar Dinâmico (2), Radar Mt (1), TV Goyazes (2)

Análise dos assuntos em destaque: As manchetes de hoje evidenciam que a Sesa gasta R\$4,4 bilhões em saúde, superando metas. A regionalização, com novas estruturas, busca descentralizar e ampliar o acesso. A doação de sangue surge como necessidade urgente, com Hemepar apelando por doadores. A dengue persiste, gerando preocupação e debates na Assembleia. Incentivos à doação de órgãos, como meia-entrada, ganham destaque legislativo. A vacinação infantil abaixo do ideal motiva apelos por mais campanhas e o Outubro Rosa foca no combate e prevenção do câncer de mama.

Risco à imagem: Alguns temas de saúde, mesmo positivos, trazem riscos à imagem do Paraná. Gasto maciço da Sesa (R\$4.4 bi) pode soar como problema endêmico na saúde, não progresso. Regionalização constante pode lembrar que antes faltava estrutura no interior. Apelos urgentes por sangue podem alarmar sobre falta crônica e má gestão. Dengue recorrente cria imagem de estado com epidemias. A meia-entrada para doadores pode mercantilizar a doação, perdendo o altruísmo. Vacinação infantil baixa expõe falha grave na saúde preventiva.

Oportunidade de mídia positiva: O Investimento Sesa (R\$4.4 bi) mostra prioridade e robustez financeira na saúde, gerando notícias sobre melhorias em serviços e infraestrutura. Ao mesmo tempo, a regionalização ilustra acesso ampliado, descentralização eficaz, e equidade no atendimento, com histórias de impacto positivo. Quanto à doação de sangue, trata-se de apelo urgente que vira chamado à solidariedade, mobilizando doadores e destacando o espírito comunitário paranaense em salvar vidas. Quando se aborda a dengue, a preocupação se transforma em transparência e ação governamental, com debates e combate ativo gerando notícias sobre resposta eficaz à epidemia. O incentivo inovador e único de meia-entrada para doadores, gera pautas sobre solidariedade e vanguarda em políticas de doação. Vacinação infantil: A baixa cobertura da vacinação infantil vira oportunidade para campanha massiva, com foco na saúde das crianças e apelo à proteção como prioridade. Finalmente, Outubro Rosa, campanha que cria uma onda de conscientização e prevenção do câncer de mama, gera engajamento social e mídia sobre saúde feminina.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve focar em priorizar campanhas de doação de sangue Hemepar, vitais para salvar vidas, . Intensificar a prevenção da dengue, informando sobre focos e sintomas, promover a vacinação infantil, essencial para saúde das crianças, combatendo a desinformação. É importante, também, divulgar o sucesso da Sesa com R\$4,4 bilhões investidos, mostrando gestão eficiente. Reforçar a comunicação sobre regionalização da saúde, facilitar, incentivar doação de órgãos com benefício da meia-entrada e manter Outubro Rosa em destaque para prevenção do câncer de mama completam as atividades sugeridas.

Data: 16/10/2024

Total de matérias: 75

Rádio: 6 matérias - CBN (Maringá) (1), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Paíquerê AM (Londrina) (1), Rádio Cultura AM (930 AM - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1), Rádio Ouro Verde (105.5 FM - Curitiba) (1)

TV: 21 matérias - Agora a Vida Não Para (1), Balanço Geral Maringá (2), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (3), Bora PR (1), Meio Dia Paraná - Maringá (2), Meio Dia Paraná - Noroeste (3), Primeiro Impacto PR Maringá (1), RIC Notícias (1), Rivaroli na Band (1), SBT Paraná (1), Tribuna da Massa - Maringá (1)

Impresso: 27 matérias - Correio do Cidadão - Guarapuava (2), Diário dos Campos (4), Folha de Londrina (1), Folha Extra (1), Gazeta de Toledo (1), Gazeta Diário (1), Hoje Maringá (1), Indústria e Comércio (2), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (1), Jornal da Manhã PR (2), Jornal do Oeste (1), Jornal do Ônibus Curitiba (2), Metrópole São José (4), O Paraná (2), Tribuna do Norte (PR) (1)

Sites: 21 matérias - Agora Paraná (Curitiba) (4), Cantu em Foco (1), Capital da Tilápia (2), Correio do Litoral (1), Extra Guarapuava (1), Femipa (1), GDI (1), Hoje PR (2), Jornal União (1), Maringá Mais (3), Mix Vale (1), Página Um News (1), Pinga Fogo (1), Plural (1), PR Portal (1), UOL (1)

Análise dos assuntos em destaque: Com base nas matérias publicadas hoje, a saúde do Paraná enfrenta desafios e celebra conquistas. Hemepar clama por doações de sangue urgentes, refletindo estoques críticos. A dengue preocupa, com aumento de casos e ações de combate em pauta. Baixa vacinação infantil demanda novas campanhas. Em contraste, a Sesa destaca investimento recorde de R\$4,4 bilhões. A regionalização da saúde avança, com novas estruturas. Pacientes buscam Justiça por medicamentos e há preocupação com variantes da Covid. Outubro Rosa reforça a luta contra o câncer de mama.

Risco à imagem: com esses temas, a imagem da saúde do Paraná corre riscos. Apelo constante por sangue expõe fragilidade do Hemepar. Dengue crescente gera pânico e questiona combate eficaz. Baixa vacinação infantil sugere falha grave na prevenção. A ênfase no investimento pode soar como autopromoção, desviando de problemas reais. Justiça acionada por remédios revela lacunas no acesso. Variante do Covid-19 reacende medos sobre preparo. Notícias negativas podem ofuscar ações positivas como Outubro Rosa.

Oportunidade de mídia positiva: O investimento recorde de R\$4,4 bi destaca a gestão eficiente da Sesa. Regionalização da saúde mostra compromisso com acesso ampliado. Outubro

Rosa é uma vitrine para prevenção do câncer de mama. A vacina gratuita contra a dengue demonstra cuidado preventivo. Centro de Cirurgias Eletivas e ampliação de cirurgias municipais evidenciam melhoria no atendimento. O Paraná com mais médicos mostra força da saúde estadual. Ações contra a dengue e apelo do Hemepar para doação de sangue mobilizam a solidariedade e o engajamento da população.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve agir rapidamente. Campanhas para doação de sangue Hemepar, mostrando impacto real nas vidas salvas, . Ações massivas de prevenção da dengue com foco em informar, educar, mobilizar contra focos devem ser implementadas. Campanhas de vacinação infantil focadas em dados e segurança são importantes para desmentir fake news. A comunicação clara dos investimentos recortes da Sesa, mostram os benefícios concretos à população, ao mesmo tempo que explicam como o processo de regionalização da saúde é chave. Finalmente, Outubro Rosa amplifica, gera engajamento e traz transparência, fatores fundamentais para uma imagem positiva.

Data: 17/10/2024

Total de matérias: 55

Rádio: 4 matérias - Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 15 matérias - Maringá TV (4), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (2), Brasil Urgente Londrina (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), RIC Notícias Manhã (2), SBT Paraná (1), Tarobá Notícias (1), Tribuna da Massa (1), Tribuna da Massa - Maringá (1)

Impresso: 14 matérias - Correio do Cidadão - Guarapuava (1), Diário dos Campos (1), Extra Guarapuava (1), Jornal A Voz do Paraná (3), Jornal Correio Notícias (1), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Jornal União (1), Metrópole São José (1), O Paraná (1), O Presente (1), Umuarama Ilustrado (2)

Sites: 22 matérias - Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (1), Blog do Berimbau (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Busão Curitiba (1), Capital da Tilápia (4), CBN Curitiba Online (2), Folha Online (1), G1 - Paraná (1), Grande Curitiba (1), Hoje PR (1), Indústria e Comércio (1), Jornal O Repórter (1), Pitoco (1), PR Portais (2)

Análise dos assuntos abordados: Os destaques de hoje são a vacinação, que ganha destaque com Dia Nacional e alerta sobre importância para todas as idades, apesar de o Paraná estar no top 5 nacional em aplicações e de campanhas por baixa adesão infantil. Dengue segue como preocupação central, com ações de combate e busca por tecnologias. Hospitais marcam presença, desde novas unidades e aniversários até crises salariais e denúncias. Hemepar faz apelos urgentes por doação de sangue devido a estoques baixos. SESA divulga investimentos robustos e ações de capacitação, enquanto coqueluche e doenças respiratórias demandam atenção.

Risco à imagem: Com os temas em pauta, a saúde do Paraná enfrenta sérios riscos de imagem. Hospital Metropolitano sob acusação de maquiar dados e atrasos salariais mancha a reputação. Apelo constante do Hemepar por sangue expõe vulnerabilidade e alarma a população. Coqueluche e doenças respiratórias em alta levantam dúvidas sobre controle epidemiológico. Apesar do "top 5" em vacinação, a persistente baixa adesão infantil indica falha de comunicação ou confiança. Foco excessivo em investimentos da Sesa pode soar insensível frente a problemas como dengue e falta de sangue. Dengue persistente transmite sensação de crise não resolvida.

Oportunidade de mídia positiva: Priorizar campanhas emergenciais de doação de sangue para o Hemepar, mostrando o impacto direto nas vidas salvas e locais de doação. Intensificar

ações de prevenção da dengue, com foco em educação sobre focos do mosquito e sintomas, usando linguagem clara e acessível. Promover ativamente a vacinação, especialmente infantil, com campanhas informativas que desmistifiquem receios e destaquem a segurança e eficácia, utilizando depoimentos de especialistas e pais. Comunicar de forma transparente e didática o investimento recorde de R\$4,4 bilhões da Sesa, detalhando os benefícios concretos para a população, como a regionalização da saúde e melhorias em hospitais, evitando tom autopromocional. Utilizar o Outubro Rosa para ampliar a conscientização sobre o câncer de mama, gerando engajamento e transmitindo mensagens de esperança e apoio. Em momentos de crise, como as questões do Hospital Metropolitano, a transparência e respostas rápidas da assessoria são cruciais para mitigar danos à imagem e restaurar a confiança pública.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve agir rapidamente e com foco. A doação de sangue para Hemeepar com campanhas urgentes, evidenciando vidas salvas e locais de fácil acesso para doação. Quanto à dengue, o destaque fica para a prevenção massiva, a divulgação de informações claras sobre focos e sintomas e alertas sobre mobilização. Já a vacinação infantil necessita de campanhas informativas voltadas para segurança e eficácia, contatos com pais e especialistas e combate a fake news. Para a Sesa e seus investimentos de R\$4,4bi é fundamental ter transparência total, apresentar os benefícios reais (regionalização, hospitais) e evitar a autopromoção. Finalmente, o Outubro Rosa deve ter o máximo impacto, destacando a esperança, o engajamento contra o câncer de mama.

Data: 18/10/2024

Total de matérias: 56

Rádio: 6 matérias - Band News FM Curitiba Online (2), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (1)

TV: 14 matérias - Balanço Geral Maringá (4), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (2), Brasil Urgente Londrina (1), Jornal Tarobá 1ed.TV (1), RIC Notícias Manhã (2), SBT Paraná (1), Tarobá Notícias (1), Tribuna da Massa (1)

Impresso: 15 matérias - Correio do Cidadão - Guarapuava (2), Diário dos Campos (1), Folha de Londrina (1), Indústria e Comércio (1), Jornal A Voz do Paraná (3), Jornal Correio Notícias (1), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (1), O Paraná (1), O Presente (1), Umuarama Ilustrado (2)

Sites: 21 matérias - Bem Paraná (1), Blog do Berimbau (1), Blog Olho Aberto Paraná (1), Busão Curitiba (1), Capital da Tilápia (4), CBN Curitiba Online (2), Extra Guarapuava (1), Folha Online (1), G1 - Paraná (1), Grande Curitiba (1), Hoje PR (1), Jornal O Repórter (1), Jornal União (1), Pitoco (1), PR Portal (2)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje as matérias sobre saúde do Paraná focam em sarampo, com alerta e vigilância reforçada após casos na Argentina. Cirurgias eletivas batem recorde, maior número da década. Vacinação é prioridade, com alertas sobre importância e campanhas. A Sesa capacita profissionais para melhor cuidado, especialmente a idosos. Dengue mobiliza ações com tecnologias. Outubro Rosa promove a prevenção do câncer de mama. Há mutirão para doação de órgãos. Coqueluche em Ponta Grossa e hospitais da UEPG ampliam serviços, completam os assuntos divulgados.

Risco à imagem: A imagem da saúde do Paraná enfrenta riscos. Alerta de sarampo, mesmo externo, causa receio sobre segurança sanitária. Recorde em cirurgias eletivas pode parecer focar em números, não prioridades. Ênfase em vacinação expõe hesitação e falhas em convencer. Capacitação soa pouco ante surtos. Dengue persistente questiona combate eficaz. O mutirão para doação de órgãos sugere sistema com entraves. A coqueluche ainda preocupa a vacinação regional e a expansão hospitalar pode estar descontextualizada de urgências aparentes.

Oportunidade de mídia positiva: O recorde de cirurgias eletivas remete a eficiência com acesso ampliado e cuidado exemplar. Por outro lado, o alerta de sarampo traz para o governo do Paraná a responsabilidade pela proteção ativa da população. O Dia da Vacinação e as campanhas associadas têm o compromisso de imunização, com a saúde pública sendo

prioridade no tema. Já a capacitação de 3 mil profissionais é prova da procura por qualidade, atendimento diferenciado, foco no idoso e visão de futuro. O Paraná, 6º lugar no ranking dos Estados com maior número de médicos, é sinal da força da saúde estadual e a qualidade destes profissionais.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve priorizar ações sobre sarampo, com apoio a campanha de vacinação massiva e alerta de risco, dada a situação na Argentina. Simultaneamente, divulgar o recorde de cirurgias eletivas como um grande avanço no acesso à saúde, enfatizando a redução de filas e a melhoria da qualidade de vida. É relevante valorizar os progressos contínuos na saúde paranaense, mostrando a capacitação de profissionais e tecnologias que aprimoram o cuidado, especialmente aos idosos. Reforçar a mensagem da vacinação em todas as idades, não só para o sarampo, como proteção é fundamental. Vale apoiar campanhas como Outubro Rosa e outras iniciativas de saúde, criando materiais informativos e incentivando a participação da população para um estado mais saudável e bem informado.

Data: 21/10/2024

Total de matérias: 52

Rádio: 4 matérias - CBN (1300 AM - Ponta Grossa) (1), CBN (Maringá) (1), Rádio Mundial FM (100,3 FM - Toledo) (1), Rádio T (Ponta Grossa FM 99.9) (1)

TV: 8 matérias - Band Cidade 1ª Edição (1), CNT Notícias PR (1), Jornal Tarobá 1Ed. (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), Primeira Hora Cascavel (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), Tribuna da Massa - Foz do Iguaçu (1)

Impresso: 10 matérias - Folha de Londrina (1), Indústria e Comércio (4), Jornal A Voz do Paraná (2), Jornal Bem Paraná (1), Jornal do Ônibus Curitiba (2)

Sites: 30 matérias - A Gazeta Cidade de Pinhais (1), Aqui Agora Net (1), Bahia Revista (1), Bem Paraná (1), Blog do HP (1), Caderno do Bairro (1), Cantu Em Foco (1), Capital da Tilápia (1), CGN (1), Coluna do Meio (1), Conecta Oeste (1), Diga Notícias (1), DIPU (1), D'Ponta News (1), IBI (1), Informe Policial (1), Marechal News (1), Maringá Post (1), MG Todo Dia (1), Nosso Dia (1), Novo Cantu Notícias (1), Oeste Informa (1), O Fato Maringá (1), O Melhor da Cidade (1), Portal Altônia (1), Portal Cantu (1), Portal Olhar Dinâmico (1), Preto No Branco (1), Tanacidade.com (1), TV Goyazes (1)

Análise dos assuntos em destaque: Os principais assuntos sobre saúde no Paraná divulgados pela mídia hoje foram a cooperação técnica entre a equipe da Saúde do Paraná e a AACD em São Paulo, visando aprimoramento profissional e demonstrando investimento em capacitação. A situação crítica do Hemepar, com baixos estoques e pedidos urgentes por doações de sangue, especialmente de quatro tipos sanguíneos, é outra constante, evidenciando a necessidade de conscientização sobre a doação. A Assembleia Legislativa do Paraná (Alep) aprovou a ampliação do benefício da meia-entrada em eventos culturais para doadores de órgãos, medida que visa incentivar a doação e que tem sido amplamente divulgada.

Risco à imagem: A imagem da Saúde do Paraná corre riscos com temas repetidos. A cooperação com a AACD, apesar de positiva, pode soar como dependência externa e autopromoção. Alerta sarampo, se mal conduzido, gera pânico e questiona preparo. Recorde cirurgias pode demonstrar ser triunfalista e insensível a outros problemas. O estoque baixo sangue causa insegurança e aponta falhas. Já a intoxicação infantil e pólio preocupam sobre segurança e prevenção.

Oportunidade de mídia positiva: As temáticas recorrentes são RICas em mídia positiva para a Saúde do Paraná, se comunicadas com foco em soluções e benefícios à população. A cooperação com a AACD gera notícias sobre busca por excelência e inovação constante na

saúde paranaense, aprimoramento profissional e benefícios diretos aos pacientes. Alerta do Sarampo demonstra ação proativa, vigilância e preparo do Paraná para proteger a população, com reforço da vacinação e campanhas educativas. Celebração do acesso ampliado das cirurgias eletivas, indica a redução de filas e a melhoria na qualidade de vida, com dados e histórias de pacientes evidenciando o avanço. O estoque baixo de sangue traz um apelo à solidariedade para doação, mostrando o impacto vital e humano desse gesto, com histórias de vidas salvas por transfusões. A intoxicação Infantil/Pólio pode ser uma oportunidade educativa sobre prevenção e cuidados, com foco no compromisso da Saúde com bem-estar em todas as idades.

Sugestão de ação de comunicação: Entre as sugestões para a área de comunicação estão a divulgação dos resultados práticos dos treinos com a AACD apresentando o ganho técnico dos profissionais e melhoria do atendimento ao cidadão. O Alerta Sarampo é uma campanha emergencial de vacinação, com foco em segurança e locais de fácil acesso para vacinar, aliada à comunicação de ações de vigilância voltadas para tranquilizar, não alarmar a população. Para celebrar o número recorde de cirurgias eletivas apurar histórias de pacientes, apresentar como a vida teve melhoria de qualidade e destacar o sistema eficiente de trabalho. Produção de um apelo urgente e emocionante por doações para incrementar os estoque de sangue do Estado, explicando como doar e destacando como essa simples ação salva vidas. Criar materiais educativos sobre como evitar intoxicação e reforçar a vacinação contra pólio de forma simples e direta para todos.

Data: 22/10/2024

Total de matérias: 53

Rádio: 5 matérias - Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus do Sul) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (2), Rádio 97 FM (97.7 FM-Foz do Iguaçu) (1), Rádio T (Ponta Grossa FM 99.9) (1)

TV: 6 matérias - Balanço Geral PR (1), Boa Noite Paraná (1), Cidade Alerta Maringá (1), Meio Dia Paraná - Londrina (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1)

Impresso: 21 matérias - Correio do Cidadão - Guarapuava (1), Diário dos Campos (1), Folha de Londrina (2), Folha Extra (1), Gazeta de Toledo (2), Gazeta Diário (2), Indústria e Comércio (1), Jornal A Voz do Paraná (3), Jornal Correio Notícias (2), Jornal da Manhã PR (3), Metrópole São José (2), Tribuna do Norte (PR) (1)

Sites: 21 matérias - Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (1), Blog do Berimbau (2), Capital da Tilápia (1), Coluna do Meio (1), G1 - Paraná (1), GDIA (1), Jornal Correio do Norte (1), O Fato Maringá (1), O Luzeiro (2), Pinga Fogo (1), PR Portais (1), Tribuna do Paraná Online (1), Tribuna do Vale (6)

Análise dos assuntos abordados: O principal assunto de hoje é o surto de dengue, com a confirmação da primeira morte neste novo período epidemiológico, vitimando um adolescente. Paralelamente, o sarampo volta a ser uma ameaça devido aos casos na Argentina, exigindo vigilância reforçada e urgência na vacinação, apesar do Brasil estar livre da doença há dois anos. Em contrapartida, a pesquisa avança com estudos da UEM sobre o uso da própolis no tratamento do câncer de mama, sinalizando progressos na oncologia. A cooperação técnica com a AACD surge como tema constante, indicando investimento na capacitação da equipe de saúde. Iniciativas como mutirões de cirurgias e o projeto Hospital Dia visam otimizar o atendimento e reduzir filas. A doação de órgãos é incentivada, assim como o apoio a portadores de fibromialgia e programas de combate ao uso de drogas e álcool. Projetos como a campanha "Depiladora Amiga" demonstram preocupação com a violência contra a mulher e DSTs.

Risco à imagem: Os principais riscos são: morte por dengue assusta a população e levanta questionamento com controle da doença. Já o surto de sarampo, mesmo na Argentina, expõe uma brecha na erradicação e pede a vacinação urgente. A cooperação AACD em excesso pode soar como falta de capacidade local para suprir necessidades da equipe interna da secretaria. O Mutirão e Hospital Dia mostram filas e sugerem um sistema sob pressão. Os insistentes pedidos de doação de órgãos podem induzir o cidadão a falta de órgãos para atender a demanda.

Oportunidade de mídia positiva: Destacar ações de controle e engajamento comunitário contra a Dengue, demonstrando resposta rápida e vigilante do Estado. Quanto ao surto de sarampo é importante comunicar o preparo e cuidado preventivo, focar na vacinação acessível como solução e na gestão responsável da saúde. Promover a pesquisa sobre o Própolis como inovação científica paranaense no avanço no tratamento do câncer, ressaltando o pioneirismo local. Evidenciar parceria com a AACD como investimento em excelência e qualidade do atendimento, mostrando busca contínua por melhorias. Para a doação de órgãos, criar campanhas emocionantes com foco em vidas transformadas, incentivar solidariedade e aumentar doações.

Sugestão de ação de comunicação: A Assessoria de comunicação deve priorizar ações diretas e transparentes. Para a Dengue a sugestão é comunicar ações de combate ao mosquito, divulgar dados e canais de denúncia, promover mutirões em bairros e escolas. Para o surto de sarampo vale analisar o lançamento de campanha massiva de vacinação com linguagem simples, mostrando a segurança e importância da vacina, criando mapas online de postos e horários ampliados e combatendo fake news. A pesquisa inovadora sobre o Própolis merece ter a divulgação das etapas do estudo de forma acessível, destacando cientistas paranaenses e seu potencial inovador, promovendo entrevistas e lives com especialistas. Sobre o acordo de Cooperação com a AACD vale criar vídeos dos treinos, depoimentos de profissionais e pacientes, organizar eventos para imprensa focados em resultados. Para as cirurgias eletivas trará resultados divulgar mensalmente os números de atendimento e a redução de filas, criar painel online de acompanhamento, além de entrevistas de pacientes e médicos.

Data: 23/10/2024

Total de matérias: 54

Rádio: 6 matérias - CBN (Maringá) (1), Jovem Pan (103.9 FM - Curitiba) (2), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1), Rádio Jovem Pan News - Curitiba (2)

TV: 11 matérias - Balanço Geral Maringá (2), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (2), Jornal Tarobá 1Ed. (1), Meio Dia Paraná - Foz do Iguaçu (1), Meio Dia Paraná - Maringá (2), RIC Notícias Manhã (1), SBT Notícias Paraná - Londrina (1)

Impresso: 16 matérias - Correio do Cidadão - Guarapuava (1), Diário dos Campos (1), Folha de Londrina (3), Folha de São Paulo (1), Gazeta de Toledo (1), Ímpar Jornal (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal da Manhã PR (2), O Paraná (1), O Paraná (1), Tribuna do Norte (PR) (2)

Sites: 21 matérias - Agora 1 (1), Agora Paraná (Curitiba) (1), Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (1), Blog do Berimbau (2), Blog do Chaguinhas (1), Capital da Tilápia (1), CBN Curitiba Online (1), CBN Maringá (1), Coluna do Meio (1), Femipa (1), Folha Online (1), Gazeta do Povo Online (1), GMC Online (1), Jornal União (1), O Fato Maringá (1), Portal Assaí (1), Stanchi & Oliveira Advogados Associados (1), Tribuna do Vale (1), Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (1)

Análise dos assuntos em destaque: As matérias de saúde de hoje no Paraná mostram um cenário misto. A dengue é um grande alerta, com primeira morte no ano, casos em alta e apelo por vacinação, mesmo com falta pontual de vacinas. A Covid-19 segue preocupando com mortes e casos, mas há vacinas chegando. A crise hospitalar no Metropolitano de Sarandi expõe tensões no sistema. Em meio a isso, ações positivas como transplante de órgãos pelo SAMU e campanhas de saúde feminina (câncer de colo, "Depiladora Amiga") demonstram esforços.

Risco à imagem: Os temas de saúde no Paraná trazem riscos à imagem do governo do Estado. A morte por dengue e o aumento de casos sinalizam falha no controle da doença, gerando pânico e questionando a atuação da secretaria no combate a epidemias. A falta de vacinas, mesmo com apelos por imunização, expõe fragilidade na gestão de estoques e planejamento da vacinação, podendo gerar acusações de negligência. A persistência da Covid-19, com alto número de casos e mortes, indica que a pandemia ainda não está sob controle, refletindo na imagem da secretaria como gestora da crise sanitária. A crise no hospital de Sarandi, com risco de greve, escancara problemas de gestão e financeiro no sistema de saúde, impactando a confiança da população nos serviços. Mesmo com ações positivas como transplantes, os riscos de imagem predominam, focados na percepção de falhas no controle de

doenças e na gestão do sistema de saúde, exigindo comunicação estratégica e ações efetivas para mitigar danos à reputação.

Oportunidade de mídia positiva: A comunicação da Saúde do Paraná pode gerar mídia positiva mesmo em face aos desafios. No caso da dengue, a resposta proativa da secretaria ao mobilizar campanhas de conscientização e mutirões de limpeza demonstra ação e preocupação. A insistência na vacinação e o esforço para ampliar o acesso, mesmo com desafios pontuais de estoque, podem ser comunicados como prioridade na proteção da população. A chegada de novas doses de vacina Covid-19 reforça a mensagem de continuidade da proteção e vigilância constante da secretaria. A audiência pública sobre a crise hospitalar em Sarandi, embora delicada, pode ser apresentada como transparência e busca ativa por soluções, demonstrando compromisso com a melhoria do sistema. As ações como o SAMU aéreo e os transplantes são exemplos concretos de vidas salvas e excelência no atendimento, merecendo destaque e humanização através de histórias inspiradoras. As campanhas como "Depiladora Amiga" e o foco na prevenção do câncer de colo do útero sinalizam cuidado abrangente com a saúde da mulher e iniciativas inovadoras. Ao evidenciar esses ângulos, a assessoria pode construir uma narrativa de ação com transparência, compromisso e busca constante por soluções, mesmo diante de um cenário de saúde complexo.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação da saúde do Paraná deve adotar medidas urgentes e estratégicas. Diante da confirmação de mortes por dengue e da falta de vacinas (dengue e Covid-19), é crucial intensificar campanhas de conscientização sobre prevenção (eliminação de focos do mosquito) e a importância da vacinação, utilizando linguagem clara e acessível, com foco nas consequências da doença. A crise no Hospital Metropolitano de Sarandi exige transparência total: informar a população sobre a situação, as causas, as medidas em curso e os prazos, evitando alarmismo, mas garantindo o acesso à informação. Divulgar a captação de órgãos e o transporte bem-sucedido pelo SAMU aéreo reforça a importância da doação. A criação de projetos de lei como a "Depiladora Amiga" e ações como o Outubro Rosa devem ser amplamente divulgadas, mostrando o engajamento em diversas frentes da saúde. Utilizar múltiplos canais (redes sociais, imprensa, rádios, TVs) e formatos (vídeos curtos, posts informativos, entrevistas) para atingir diferentes públicos.

Data: 24/10/2024

Total de matérias: 63

Rádio: 2 matérias - Difusora (Curitiba) (1), Ouro Verde (105,5 FM - Curitiba) (1)

TV: 13 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Balanço Geral PR (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Paraná (4), Jornal Tarobá 1Ed. (1), Meio Dia Paraná - Londrina (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), SBT Notícias Paraná - Londrina (1), SBT Notícias PR (1)

Impresso: 26 matérias - Diário dos Campos (3), Folha de Londrina (2), Folha Extra (1), Gazeta de Palmeira (1), Gazeta de Toledo (1), Jornal A Voz do Paraná (1), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Correio Notícias (2), Jornal da Manhã PR (2), Jornal do Ônibus Curitiba (1), Metrópole São José (1), O Paraná (1), Tribuna de Cianorte (1), Tribuna do Norte (PR) (3), Umuarama Ilustrado (1)

Sites: 22 matérias - Agora 1 (1), Band News FM Curitiba Online (2), Bem Paraná (2), Blog do Berimbau (1), Capital da Tilápia (3), CBN Curitiba Online (2), Curitiba News (1), Gazeta do Povo Online (1), Guia SJP.Com (1), Hoje PR (1), Jornal de Curitiba (2), Jornal União (2), Marechal Agora (1), Pinga Fogo (1), Tribuna do Paraná Online (1)

Análise dos assuntos em destaque: O Paraná enfrenta múltiplos desafios e ações na área da saúde. A vacinação contra a Covid-19 é um tema central, com o estado recebendo novas remessas de doses, embora a falta de vacinas em alguns momentos seja mencionada. A poliomielite também demanda atenção, com reforço da importância da vacinação e preocupação com a baixa cobertura. A coqueluche surge como um problema crescente, com aumento significativo de casos e registro de mortes no estado. A dengue também causa preocupação, com o primeiro óbito confirmado no novo período epidemiológico. Outros temas incluem a espera por cirurgias eletivas, a importância de treinamentos em saúde para emergências e combate à dengue, e o apoio a pacientes com fibromialgia. Apesar dos desafios como surtos de doenças e longas filas, o estado demonstra esforços em vacinação, capacitação e outras áreas da saúde pública.

Risco à imagem: Os temas recorrentes geram riscos sérios à imagem da Saúde no Paraná. A falta de vacina Covid e a baixa vacinação de pólio sugerem má gestão e falhas na imunização. O aumento de coqueluche, com mortes, indica falha no controle de doenças infantis. A morte por dengue expõe a vulnerabilidade e questiona o combate ao mosquito. As filas para cirurgias demonstram a dificuldade de acesso a este serviço.

Oportunidade de mídia positiva: Os temas de saúde no Paraná, mesmo com desafios, são ricos em oportunidades para mídia positiva se a comunicação destacar as ações e soluções em andamento. A vacina para Covid chegando, mesmo após a falta, demonstra resposta e recomposição do estoque, mostrando o estado buscando garantir a imunização. O alerta sobre poliomielite e a baixa adesão podem ser transformados em campanhas educativas reforçando a importância da vacina e mostrando o Paraná preocupado com a saúde infantil. O aumento da coqueluche, embora crítico, abre espaço para destacar a vigilância epidemiológica ativa e as medidas de controle e tratamento que o estado está implementando. A questão da dengue pode ser um chamado para mobilizar a população na prevenção e mostrar a ação da Saúde em campanhas de limpeza e combate ao mosquito. Mesmo as filas de cirurgias podem gerar notícias positivas ao divulgar mutirões e iniciativas para reduzir a espera, demonstrando o compromisso em ampliar o acesso à saúde. Os treinamentos e apoio à fibromialgia são exemplos de investimento na qualificação profissional e atenção a diversas necessidades, evidenciando a amplitude do cuidado da Saúde do Paraná.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de Comunicação, diante da recorrência de temas como vacinação contra Covid-19, coqueluche, poliomielite e dengue, necessita de um plano de ações estratégico e abrangente. O objetivo é otimizar a comunicação e o impacto das informações divulgadas, garantindo que a população esteja sempre informada e consciente sobre os temas mais importantes para a saúde. A assessoria deve monitorar constantemente a distribuição de doses, a cobertura vacinal e as informações oficiais sobre as vacinas. É crucial produzir conteúdo informativo de qualidade, como posts para redes sociais, matérias para o site e releases para a imprensa, com informações claras, concisas e atualizadas sobre a vacinação. Campanhas de conscientização, com linguagem acessível e foco na importância da imunização, são essenciais para incentivar a vacinação. É importante buscar parcerias com veículos de comunicação, influenciadores digitais e outras entidades para ampliar o alcance das informações sobre as campanhas de vacinação. A assessoria também deve se dedicar à divulgação de serviços de saúde oferecidos à população, como cirurgias eletivas, treinamentos de urgência e outros temas relevantes.

Data: 29/10/2024

Total de matérias: 58

Rádio: 4 matérias - CBN (1300 Am - Ponta Grossa) (1), CBN (Curitiba) (1), CBN (Maringá) (2)

TV: 22 matérias - Balanço Geral Maringá (4), Balanço Geral Pr (1), Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Boa Noite Paraná (1), Bom Dia Brasil (1), Cidade Alerta Maringá (1), Jornal Tarobá 1ed. (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (2), SBT Paraná (1), Tá Na Hora Paraná - Maringá (1), Tribuna Da Massa (1), Tribuna Da Massa - Maringá (1)

Impresso: 6 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Dos Campos (1), Folha De Londrina (1), Folha Extra (1), Tribuna Hoje (2)

Sites: 26 matérias - A Semana News (1), Bem Paraná (4), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Elói (1), Capital Da Tilápia (3), CBN Maringá (2), Femipa (1), G1 - Paraná (1), Gmc Online (1), Grande Curitiba (1), Maringá Post (1), O Fato Maringá (2), Pinga Fogo (3), Pr Portais (1), Rádio Colmeia (2), Repórter Do Vale (1)

Análise dos assuntos em destaque: O destaque na mídia foi a crise no Hospital Metropolitano de Sarandi, com intervenção judicial e transferência de pacientes por problemas financeiros. Outros assuntos também abordados foram a dengue que persiste, com novos casos semanais e ações inovadoras como 'fábricas de mosquitos' em Curitiba e Umuarama. A vacinação do COVID-19 continua, com retomada em Curitiba e novas doses foram disponibilizadas. O aumento de 22% nos atendimentos para adolescentes no SUS, incluindo casos de coqueluche, campanhas como Outubro Rosa, que reforçam os cuidados com a prevenção e a pesquisa nos hospitais universitários que aponta mais partos normais que cesarianas integram as principais notícias do dia.

Risco à imagem: A imagem da saúde pública no Paraná enfrenta sérios riscos, conforme evidenciado pelas matérias publicadas. A crise no Hospital Metropolitano de Sarandi, com intervenção judicial devido a indícios de má gestão, afastamento da diretoria e transferência de pacientes, é o ponto mais crítico, gerando desconfiança na administração hospitalar e na capacidade de atendimento. O aumento de casos de dengue (203 novos casos em uma semana) e de coqueluche (86% de aumento em um mês), com registro de óbito por dengue, sinaliza falhas na prevenção e vigilância epidemiológica, apesar da retomada, ainda que pequena, da vacinação contra COVID. O alerta de Santa Catarina para o aumento dos casos de coqueluche

reforça um problema na região Sul. O encerramento de campanhas, como Outubro Rosa, pode gerar mídia negativa pela descontinuidade.

Oportunidade de mídia positiva: A saúde do Paraná se destaca por ações positivas em diversas frentes. A intervenção no Hospital Metropolitano demonstra pronta resposta do governo para assegurar o atendimento, reforçando o compromisso com a população. A transferência ágil de pacientes evidencia a eficácia da rede de saúde e a preocupação em garantir a continuidade dos cuidados. As audiências públicas sobre o hospital promovem transparência e diálogo, construindo confiança com a comunidade. No combate à dengue, o Paraná inova com 'fábricas de mosquitos', projetando o estado como líder em soluções criativas e eficientes. A vacinação contínua contra COVID-19, com novas doses, reforça o cuidado constante com a saúde coletiva. O aumento de atendimentos a adolescentes no SUS demonstra maior acesso e atenção à saúde dos jovens, incluindo a coqueluche. Campanhas como Outubro Rosa mobilizam a sociedade para a prevenção e o autocuidado. O crescimento de partos normais em hospitais universitários celebra o avanço na qualidade da assistência materno-infantil.

Sugestão de ação de comunicação: Para a assessoria de comunicação gerenciar a imagem da saúde no Paraná, algumas ações são essenciais. Na crise do Hospital Metropolitano, transparência é chave para divulgar ações (intervenção, transferências) com clareza e frequência; criar canais para imprensa e público, com dados concretos que demonstrem o controle da situação e humanizar a narrativa, focando no cuidado aos pacientes e no esforço dos profissionais. No combate à dengue, proatividade e educação são indispensáveis. Campanhas massivas de prevenção em diversas mídias, com linguagem simples e acessível, e destacar a inovação das "fábricas de mosquitos" geram mídia positiva espontânea. Na vacinação COVID-19, reforçar a importância e segurança da vacina continuamente, combatendo fake news. É importante também facilitar o acesso à informação sobre locais e horários. Nos atendimentos a adolescentes no SUS, vale apresentar o avanço no acesso, divulgando serviços e resultados positivos. Amplificar campanhas como Outubro Rosa, com conteúdo inspirador sobre prevenção e promover partos normais como indicador de qualidade completam as sugestões.

Data: 30/10/2024

Total de matérias: 52

Rádio: 7 matérias - CBN (Curitiba) (3), Cultura Sul (97,5 FM - São Mateus Do Sul) (1), Paiquerê Am (91.7 FM - Londrina) (1), Rádio Cultura Am (930 Am - Curitiba) (1), Rádio Nova Ingá (Maringá 870 Am) (1)

TV: 18 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Band Cidade (1), Band Cidade 1ª Edição (1), Bom Dia Paraná (1), Cidade Alerta Maringá (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Noroeste (2), Meio Dia Paraná - Ponta Grossa (2), Primeiro Impacto Pr Maringá (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (3), Tempo Quente Londrina (1), Tribuna Da Massa - Maringá (1)

Impresso: 17 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (2), Diário Do Noroeste (2), Diário Dos Campos (2), Folha De Londrina (1), Folha Extra (1), Indústria E Comércio (1), Jornal A Voz Do Paraná (2), Jornal Bem Paraná (2), Jornal Da Manhã Pr (1), O Paraná (2), Tribuna Do Norte (1)

Sites: 10 matérias - Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (1), Band News FM Curitiba Online (1), Bem Paraná (1), Blog Da Mirian Gasparin (2), Busão Curitiba (1), Capital Da Tilápia (2), CBN Curitiba Online (1), Femipa (1)

Análise dos assuntos em destaque: Os assuntos mais divulgados pela mídia hoje se concentram na crise do Hospital Metropolitano de Sarandi, com audiências, decisões judiciais e a busca por interventor para solucionar a situação. A dengue persiste como preocupação, impulsionando Curitiba a construir a maior fábrica de mosquitos Wolbitos do mundo, em uma iniciativa inovadora. Boletins confirmam a continuidade da dengue no estado, com atenção especial a Ponta Grossa. O SUS do Paraná registra um aumento de 22% nos atendimentos a adolescentes, refletindo uma maior procura por serviços de saúde nessa faixa etária. Campanhas como o Paraná Rosa e a prevenção de intoxicações nas escolas ganham destaque em ações de saúde. A produção de vacina contra a raiva é ampliada no estado.

Risco à imagem: Os temas de saúde recorrentes no Paraná carregam riscos para a imagem do estado. A crise no Hospital Metropolitano de Sarandi, com intervenção judicial e transferência de pacientes, projeta uma imagem de descontrole e má gestão da saúde pública. A necessidade de um interventor e as audiências públicas evidenciam a gravidade da situação, minando a confiança da população na capacidade do sistema de saúde de oferecer atendimento adequado e estável. A persistência da dengue, mesmo com a inovadora fábrica de mosquitos, indica uma luta contínua e talvez ineficaz contra a doença. Os boletins frequentes com novos

casos reforçam a percepção de risco sanitário no Paraná, impactando negativamente o turismo e a qualidade de vida.

Oportunidade de mídia positiva: Os desafios da saúde no Paraná se transformam em vitrines de progresso. A crise no Hospital Metropolitano abre caminho para reformas e gestão aprimorada. A intervenção judicial e as audiências demonstram transparência e busca por soluções definitivas, elevando a confiança no governo. A fábrica de mosquitos Wolbitos, inédita, posiciona o Paraná como polo de inovação contra a dengue, atraindo olhares positivos e investimentos. O aumento do acesso de adolescentes ao SUS sinaliza um sistema de saúde mais inclusivo e atento aos jovens, um avanço social notável. As campanhas como Paraná Rosa mobilizam a sociedade, fortalecendo a conscientização e o cuidado preventivo, pilares de uma saúde robusta. A ampliação da produção de vacina contra a raiva demonstra investimento estratégico em prevenção e segurança sanitária, protegendo a população de forma eficaz.

Sugestão de ação de comunicação: A assessoria de comunicação deve agir em múltiplas frentes. Sobre a crise no Hospital Metropolitano de Sarandi, é crucial manter a transparência, informando sobre a intervenção, as medidas adotadas e os prazos, colaborando com a audiência pública e divulgando seus resultados. A construção da biofábrica de mosquitos Wolbachia em Curitiba (e no Paraná) deve ser amplamente divulgada como uma iniciativa inovadora no combate à dengue, explicando o método e seus benefícios, com foco em "a maior do mundo". O aumento de casos de dengue exige campanhas de prevenção, buscando a eliminação de focos do mosquito e a conscientização da população, divulgando dados e locais com mais casos (como Ponta Grossa). O crescimento de atendimentos de adolescentes no SUS deve virar notícia positiva. Ações como a doação de equipamentos para a Uopeccan, o transporte de órgãos por helicóptero, o aumento da produção de vacina contra raiva e a campanha Paraná Rosa devem ser comunicadas de forma contínua para endossar as ações do Governo na área.

Data: 31/10/2024

Total de matérias: 51

Rádio: 7 matérias - CBN (1300 AM - Ponta Grossa) (1), CBN (Cascavel) (1), CBN (Curitiba) (1), CBN (Londrina) (1), CBN (Maringá) (2), Ouro Verde (105,5FM - Curitiba) (1)

TV: 13 matérias - Balanço Geral Maringá (1), Balanço Geral Pr (1), Bom Dia Paraná (2), Cidade Alerta Maringá (1), CNT Notícias Pr (1), Meio Dia Paraná (1), Meio Dia Paraná - Maringá (1), RIC Notícias (1), RIC Notícias Manhã (1), SBT Paraná (1), Tribuna Da Massa (1), Tribuna Da Massa - Maringá (1)

Impresso: 16 matérias - Correio Do Cidadão - Guarapuava (1), Diário Dos Campos (2), Folha De Londrina (1), Gazeta De Toledo (4), Indústria E Comércio (1), Jornal Da Manhã PR (1), Metrópole São José (2), O Paraná (2), Tribuna Da Região-Goiocê (1), Tribuna Do Paraná (1)

Sites: 15 matérias - Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (2), Bem Paraná (1), Blog Do Berimbau (1), Blog Do Chaguinhas (1), Busão Foz (1), Capital Da Tilápia (2), Femipa (1), G1 - Paraná (1), Ímpar Jornal (1), Maringá (1), Maringá Mais (1), Paranavaí Em Destaque (1), Pinga Fogo (1), Stanchi & Oliveira Advogados Associados (1)

Análise dos assuntos em destaque: Hoje, a crise do Hospital Metropolitano de Sarandi domina as notícias, com busca de apoio, interdição e interventor nomeado. Audiências públicas debatem a fundo a crise. Curitiba inova no combate à dengue com a maior biofábrica de mosquitos Wolbachia do mundo, um projeto de destaque. O estado enfrenta aumento de coqueluche, especialmente em Ponta Grossa. A vacinação COVID-19 é retomada em Curitiba, visando proteção contínua. Campanhas como Outubro Rosa (encerrada) e Novembro Vermelho (alerta) marcam a agenda, junto com doação de sangue.

Risco à imagem: Os temas de saúde no Paraná projetam uma imagem preocupante. A crise do Hospital Metropolitano expõe falhas de gestão e instabilidade, com interdição e intervenção gerando desconfiança. As audiências públicas, embora transparentes, evidenciam a gravidade da crise hospitalar, alarmando a população. A "maior biofábrica de mosquitos", mesmo inovadora, surge em meio à dengue persistente, questionando se as ações são suficientes para proteger a população. O aumento da coqueluche, em especial em Ponta Grossa, indica fragilidade na saúde infantil e vigilância epidemiológica, gerando receio sanitário. A interdição de hospitais por infecção revela precariedade da infraestrutura. Mesmo a vacinação COVID, positiva, é ofuscada pelas crises, sugerindo que o estado apaga incêndios sem construir um sistema robusto.

Oportunidade de mídia positiva: Apesar dos desafios, como a crise no Hospital Metropolitano de Sarandi e o aumento de casos de coqueluche e dengue, há oportunidades para gerar mídia positiva. A construção da maior biofábrica de mosquitos Wolbachia do mundo, em Curitiba, para combater a dengue, é uma notícia de grande impacto, que posiciona o estado como pioneiro em soluções inovadoras na saúde. A captação de fígado para transplante (Hoesp) e campanhas como a do Banco de Sangue de Toledo, no Halloween, reforçam a importância da doação de órgãos e sangue. A retomada da vacinação contra a Covid-19 em Curitiba e o alerta sobre o cigarro eletrônico, bem como campanhas como Outubro Rosa/Novembro Azul, mostram a preocupação com a prevenção. Ações como o chá beneficente para o Hospital Angelina Caron e o apoio de Beto Preto à isenção de impostos para medicamentos demonstram solidariedade.

Sugestão de ação de comunicação: Na crise do Hospital Metropolitano, a prioridade é a transparência máxima: comunicados claros e frequentes detalhando ações como intervenção, nomeação e transferências, sempre com dados concretos. A comunicação deve ser aberta à imprensa e ao público, respondendo dúvidas e demonstrando controle e responsabilidade. Humanizar a narrativa é primordial, destacando o cuidado aos pacientes e o esforço dos profissionais, utilizando histórias de superação para equilibrar a percepção pública. No combate à dengue, a assessoria deve liderar a comunicação preventiva com campanhas educativas massivas, alcançando todos os canais com linguagem acessível, focando na prevenção, sintomas e combate ao mosquito. É vital destacar a inovação da biofábrica Wolbachia, projetando o Paraná como pioneiro em soluções tecnológicas com vídeos e especialistas explicando o projeto. Boletins epidemiológicos visuais e regulares, com dados, áreas de risco e ações de controle, são importantes. No tema do acesso de adolescentes ao SUS, a assessoria deve valorizar o aumento como um avanço, divulgando dados positivos e criando campanhas informativas para jovens e famílias, usando linguagem digital e canais relevantes, com foco em saúde mental e prevenção de doenças como a coqueluche. Amplificar campanhas como Paraná Rosa e Novembro Vermelho, com conteúdo engajador e foco preventivo, e promover os partos normais como indicador de qualidade da assistência materno-infantil, também são ações importantes. Em suma, a assessoria deve ser transparente, proativa, educativa, inovadora e centrada no cidadão, utilizando dados, histórias humanas e diversos canais para construir e manter a confiança na saúde pública do Paraná, transformando desafios em oportunidades de comunicação que evidenciem ação governamental, inovação e compromisso constante com o bem-estar da população.

1
11

12

13

14

15

16