RACIOCÍNIO BÁSICO

"A cidade se embebe como uma esponja dessa onda que reflui das recordações, e se dilata": assim Ítalo Calvino descreve Zaíra, no livro "As Cidades Invisíveis". A metáfora é eficaz para esclarecer a missão da Secretaria de Estado das Cidades do Paraná (SECID), de transformar e fortalecer os 399 municípios do estado por meio de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento urbano sustentável. Pois cidades não são, apenas, espaços físicos. São organismos vivos que absorvem memórias, experiências e transformações das pessoas que, ao longo de suas vidas, ali habitam, trabalham, constroem, circulam e se relacionam.

Com ações estruturantes que impactam diretamente a organização do território e influenciam áreas sociais e econômicas, a SECID formula e executa políticas de habitação, iluminação pública, planejamento territorial, saneamento e fortalecimento da gestão municipal, além de responder por instrumentos estratégicos como o Conselho das Cidades e as microrregiões de água e esgoto. Atua na gestão de projetos, no uso de tecnologias para otimizar o planejamento e a execução de obras estaduais e na coordenação de ações como o saneamento rural. Suas atribuições abrangem um contexto técnico, cultural, socioeconômico, geopolítico e ambiental. Esse olhar amplo, do macro ao micro, explica a posição da Secretaria como decisiva na formação de cidades mais resilientes, com soluções planejadas para reduzir desigualdades ainda presentes.

Pois, embora se destaque nos rankings nacionais de desenvolvimento, estudos do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes), do Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM) 2025 e do Índice de Progresso Social (IPS 2025) demonstram que, no Paraná, as diferenças regionais ainda persistem: enquanto Curitiba é a capital com a melhor qualidade de vida do país, Nova Laranjeiras ainda obteve IPS 49,17 (contra 68,84 de Maringá, por exemplo), retratando significativas dificuldades em aspectos como habitação e saneamento. Neste último quesito, o Paraná é referência nacional, mas ainda experimenta fragilidade em áreas rurais, como demonstrou levantamento realizado pela SECID em junho/2025: dados indicam que 547,5 mil habitantes ainda não recebem água tratada, e 2,9 milhões, coleta e tratamento de esgoto.

As razões da desigualdade são diversas e históricas: desde a urbanização concentrada que circunscreveu os círculos de prosperidade ao entorno das grandes cidades, às falhas de gestão e à distribuição desigual dos benefícios do crescimento estadual. São diferenças que

aprofundam o abismo social e afetam o desenvolvimento humano: pesquisas do Censo 2022, divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em março de 2025, informam que 50 cidades paranaenses ainda têm mais da metade de sua população com baixa ou nenhuma escolaridade. E embora a taxa de desocupação continue a cair (3,5% em nov/2025), sabe-se que a oferta de emprego pode variar consideravelmente, em cidades menores.

Assim, a compreensão do desafio de comunicação proposto passa por reconhecer a natureza singular da SECID na estrutura governamental, e por entender o espaço urbano como um campo de possibilidades e tensões, onde convivem demandas imediatas e compromissos de longo prazo, que precisam ser harmonizados. Construir a cidade do futuro exige planejamento integrado, capaz de articular desenvolvimento, inovação e tecnologia com oportunidades equânimes e sustentabilidade ambiental, inclusão social e respeito ao território, sua gente, sua história e cultura. Requer transparência e participação cidadã. E a comunicação institucional, estrategicamente situada, deve ser elemento de eficiência administrativa, que informa e traduz complexidade em clareza, simplicidade e transparência, fortalecendo a confiança da sociedade na ação governamental. Comunicar de forma ampla, assertiva e educativa garante que cada obra, convênio e programa da SECID seja entendido como parte de uma visão de futuro para o Paraná, articulando sentidos coletivos, reduzindo assimetrias de informação, fortalecendo a cooperação com os municípios e contribuindo para a construção de uma visão integrada de desenvolvimento.

A natureza técnica das entregas da Secretaria exige mediação qualificada, capaz de situar cada intervenção dentro de objetivos maiores, como o cumprimento dos ODS que reduzem desigualdades, ampliam oportunidades, promovem a sustentabilidade territorial e criam ambientes urbanos resilientes. É preciso também considerar que os públicos envolvidos - gestores municipais, técnicos, órgãos parceiros, conselhos, organizações da sociedade civil, movimentos comunitários, academia, imprensa e a população em geral - formam um ecossistema que interage de maneiras diversas com o conteúdo produzido pela SECID, o que dá comunicação institucional uma pluralidade para reforçar os papéis da Secretaria como articuladora de políticas e ponte entre estado, municípios e sociedade, valorizando a centralidade desses públicos na construção das cidades do futuro, nas quais decisões técnicas e benefícios sociais caminham, lado a lado.

Para construir essa comunicação mais próxima, é importante perceber como as ações da SECID chegam ao conhecimento da sociedade, como detalhado na análise de cobertura de

mídia que integra essa proposta técnica. No entanto, é importante situar, já aqui, que a visibilidade institucional, hoje, se organiza majoritariamente em torno de registros factuais: obras, entregas, convênios e ações emergenciais. Isso cumpre bem a função informativa, mas nem sempre revela aos públicos a lógica mais ampla das políticas urbanas, suas motivações, objetivos estratégicos e vinculação aos compromissos do Paraná com os ODS. Essa observação aponta para o cerne do desafio: transformar informações fragmentadas e técnicas em narrativas compreensíveis, integradas e capazes de atribuir sentido público às intervenções que moldam o futuro das cidades. Comunicar a cidade do futuro, portanto, mais do que divulgar resultados, é oferecer contexto, explicar escolhas, traduzir complexidades e mostrar como cada ação da SECID está inserida em um projeto de desenvolvimento urbano mais justo, sustentável e articulado com as necessidades da população paranaense. Com isso, o desafio adquire contornos ainda mais claros, convocando uma abordagem que traduza políticas de estado em linguagem acessível e, ao mesmo tempo, preserve sua densidade técnica e compromisso legal. Trata-se, ainda, de dar visibilidade ampliada aos convênios com prefeituras, elemento central no arranjo federativo do desenvolvimento urbano. Mais que meros instrumentos burocráticos, esses convênios são mecanismos de fortalecimento institucional, de execução descentralizada e de transformação concreta da vida urbana. Comunicar sua existência e seus impactos é reforçar o princípio democrático de que a população tem o direito de conhecer o destino dos investimentos públicos e os resultados produzidos.

Além disso, cabe à comunicação institucional vencer as barreiras de percepção que fazem com que nem sempre o cidadão visualize ou valorize corretamente a participação do estado em seu cotidiano, já que, no território, as ações deste ente público tendem a se diluir entre as de outras duas instâncias de poder normalmente percebidas com muito mais acuidade: o município, pela proximidade e pelo papel de executor direto de políticas públicas muito ligadas ao cotidiano da população, e a União, associada às realizações de amplo impacto e grande visibilidade. O desafio de comunicação da SECID, portanto, é construir uma narrativa pública capaz de traduzir a complexidade do planejamento urbano em linguagem democrática, contextualizar investimentos dentro de uma visão de longo prazo e demonstrar, com clareza e transparência, como cada ação contribui para cidades mais justas, resilientes e sustentáveis. Esse é o compromisso que orienta toda a estratégia a seguir: comunicar o que foi feito, mas também explicar por que foi feito, como foi feito e que cidade do futuro essa ação ajuda a construir.

PLANO DE AÇÃO

a) ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Entendemos que o desafio central deste Exercício Criativo é, como definido no briefing, buscar formas de comunicação mais amplas e assertivas para todos os programas desenvolvidos pela SECID, demonstrando como eles dialogam com os ODS e a redução das desigualdades e desequilíbrios sociais. Para lidar com este cenário, este Plano de Ação propõe a estruturação de uma arquitetura estratégica, capaz de transformar a complexidade técnica em clareza, e a fragmentação de informações, em coerência narrativa. Pois nunca foi tão fácil divulgar informações e, ao mesmo tempo, nunca foi tão difícil construir narrativas públicas capazes de gerar engajamento da população. No caso da SECID, isso se torna especialmente complexo porque a natureza técnica das políticas urbanas encontra uma sociedade cada vez mais fragmentada em suas fontes de informação, exigente em relação à transparência dos governos e sensível a discursos que conectem o investimento público aos impactos diretos em sua qualidade de vida. Assim, partimos da constatação, obtida na análise de cobertura de mídia realizada, de que a SECID consolidou presença expressiva na cobertura jornalística paranaense, com forte visibilidade ancorada em anúncios de obras estruturantes, e recorrente destaque positivo nos veículos regionais e estaduais: porém, essa conquista oportunidades e riscos que devem ser equacionados. Esta análise mostra muitos anúncios de investimentos, resposta rápida da mídia regional a pautas de impacto territorial, comunicação concentrada no secretário e, em geral, tom positivo, com críticas pontuais em temas políticos externos. O cenário é favorável, mas há um ponto de atenção importante: existe uma desproporção entre os anúncios das obras e as informações sobre sua execução. Além disso, verifica-se a ocorrência de cobrança quando os investimentos anunciados não se traduzem rapidamente em benefícios perceptíveis. Assim, a Estratégia de Relacionamento com a Mídia propõe seis Eixos Estratégicos, explicitados a seguir

Eixo 1 - Transição de uma comunicação centrada em anúncios para outra focada em processos e resultados mensuráveis. Hoje, a cobertura da SECID privilegia momentos inaugurais – convênios, lançamentos e divulgação de valores – que, embora relevantes, geram expectativas que precisam ser acompanhadas por prestações de contas sobre a execução. Para isso, propõe-se um fluxo comunicacional de três tempos: 1) o anúncio contextualizado, que apresenta diagnóstico, dados de demanda, histórico de políticas, impactos esperados e cronograma; 2) o acompanhamento da execução, com atualizações sobre avanços, ajustes e registros visuais; 3) a entrega, com avaliação de impacto além da inauguração: indicadores

concretos de melhoria como redução de deslocamentos, famílias atendidas, expansão do saneamento e ganhos em saúde, por exemplo. Essa abordagem reduz vulnerabilidades, reforça a transparência e transforma cada investimento em narrativa completa que conecta diagnóstico, processo e resultado.

Eixo 2 - Diversificação de vozes e construção de uma narrativa técnica distribuída. Hoje, a comunicação está centrada no secretário, o que reforça sua liderança, mas também gera riscos de personalização de críticas, sobrecarga e dependência de um único porta-voz. A proposta é identificar, dentre diretores, coordenadores, engenheiros e especialistas em habitação, saneamento, planejamento territorial e gestão municipal as principais lideranças, porta-vozes especializados capazes de representar a SECID com autoridade e linguagem acessível. Estes seriam designados e se pronunciariam sempre com o apoio da assessoria de comunicação, não apenas perante a imprensa, mas também de outros públicos específicos e geradores de opinião. Seriam preparados para multiplicar o posicionamento institucional a partir de preparação (media training) com treinamento em entrevistas, simulações de cenários adversos, tradução de jargão técnico, alinhamento de mensagens-chave e uso de exemplos concretos. Com essa distribuição, a SECID responderá com mais agilidade e profundidade, reduzindo a pressão sobre o secretário da pasta, fortalecendo sua credibilidade técnica e mitigando riscos de interpretações tendenciosas.

Eixo 3 - Integração da comunicação da SECID com seus órgãos vinculados: Companhia de Habitação do Paraná, Paranacidade e Agência Metropolitana de Curitiba. A falta de alinhamento gera ruído, dilui o crédito institucional e fragmenta narrativas. Para enfrentar isso, a estratégia prevê mecanismos formais de coordenação: reuniões periódicas, compartilhamento de calendários, padronização de identidade visual e linguagem, coprodução de materiais e construção de narrativa integrada que posicione a SECID como articuladora das políticas urbanas. A integração busca coerência sem sufocar a autonomia das vinculadas, permitindo que cada órgão mantenha identidade própria enquanto contribui para uma narrativa comum sobre o desenvolvimento urbano no Paraná.

Eixo 4 - Antecipação e gestão proativa de pautas sensíveis, que podem gerar crises reputacionais. A análise da cobertura mostra três vulnerabilidades recorrentes: tentativas de politização das ações da SECID, cobranças sobre execução após grandes anúncios financeiros e questionamentos sobre efetividade e transparência de políticas. Para enfrentar esses riscos, a estratégia prevê: monitoramento contínuo da imprensa e redes sociais, para identificar sinais precoces de narrativas críticas; criação de banco de perguntas e respostas sobre temas

sensíveis, garantindo respostas rápidas e padronizadas; realização de simulações periódicas de crise, preparando a equipe para reagir com agilidade e transparência; e adoção de princípio de transparência proativa, antecipando questionamentos legítimos e oferecendo informações completas antes que se tornem controvérsias públicas. Em situações de crise efetiva, o protocolo inclui alinhamento com Secretaria de Estado da Comunicação (SECOM) e o Sistema Estadual de Comunicação do Paraná (SICOM), convocação de comitê de crise com áreas técnicas envolvidas, criação de Manual de Resposta à Crise, orientações específicas para preparação de porta-vozes e cumprimento de protocolos de resposta que definem prazos, mensagens-chave e tom de voz, bem como o monitoramento intensivo da repercussão para ajustar a resposta. Gestão de crise não é apenas contenção de danos. É demonstração de responsabilidade institucional, reconhecimento de problemas, apresentação de soluções e compromisso com o interesse público.

Eixo 5 - Segmentação do relacionamento com a mídia por perfil de veículo, jornalista e região. A estratégia prevê mapeamento detalhado considerando abrangência geográfica, especialização temática, linha editorial, perfil de audiência, formato e histórico de cobertura. Veículos hiperlocais demandam pautas territorializadas, com dados locais específicos e entrevistas com beneficiários. Jornalistas especializados em urbanismo, habitação ou meio ambiente exigem abordagem técnica, com acesso a dados, documentos e entrevistas aprofundadas. Colunistas de opinião recebem artigos assinados ou sugestões de temas acompanhadas de informações exclusivas. Já veículos de nicho, como os voltados à gestão pública, engenharia ou políticas sociais, recebem pautas adaptadas ao seu público, explorando aspectos técnicos e metodológicos. Essa segmentação exige maior preparo, mas amplia a qualidade e profundidade da cobertura, transformando o relacionamento com a mídia em estratégia precisa de construção de narrativas diferenciadas.

Eixo 6 - Criação de um ecossistema narrativo expandido. O mais inovador dos eixos estratégicos, inspirado no conceito de transmedia storytelling de Henry Jenkins, se baseia na ideia de que cada política pública ou programa da SECID seja comunicado como narrativa que se desdobra em diferentes formatos, plataformas e linguagens, aprofundando a compreensão ao longo do tempo. O programa "Asfalto Novo, Vida Nova", por exemplo, poderia ser apresentado em matérias sobre desafios da pavimentação em pequenos municípios, histórias de moradores, explicações técnicas, dados de impacto em saúde e economia, acompanhamento de obras e avaliações pós-entrega, além de comparações com experiências de outros estados. Cada abordagem seria oferecida em momentos distintos e para

veículos diversos, construindo narrativas ricas e multifacetadas que transformam programas em sagas coletivas de melhoria urbana. Esse é um eixo que exige planejamento de longo prazo, produção variada e coordenação cuidadosa, mas gera compreensão pública mais sólida, maior engajamento e fixação duradoura de narrativa positiva.

Construída dessa maneira, a estratégia de relacionamento da SECID com a mídia se alinha à visão de Calvino: cidades absorvem memórias e se expandem em histórias. E essas histórias precisam ser contadas com clareza, simplicidade e proximidade, para que as pessoas se reconheçam e percebam suas cidades tão vivas quanto elas mesmas.

b) AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS PELA CONTRATADA JUNTO À MÍDIA

O relacionamento da SECID com a mídia deve ser um processo contínuo de construção de confiança, competência técnica e oferta sistemática de informações de interesse público. Nesse sentido, as ações propostas articulam-se em cinco linhas de ação complementares: 1) Produção proativa de pautas; 2) Facilitação do acesso a fontes e informações; 3) Criação de eventos e experiências para jornalistas; 4) Desenvolvimento de vínculos personalizados com profissionais-chave da imprensa e; 5) Coordenação institucional com a SECOM e o SICOM. Cada uma dessas dimensões envolve iniciativas específicas, realizadas com regularidade e ajustadas ao perfil dos veículos, ao contexto político e ao ciclo das políticas públicas conduzidas pela SECID, considerando os eixos estabelecidos na Estratégia, garantindo uma comunicação integrada, consistente e adaptada às circunstâncias.

Linha de ação 1) A produção proativa de pautas é permanente e estruturante no relacionamento com a mídia. Consiste em antecipar assuntos de interesse jornalístico antes que se tornem demanda espontânea, construindo uma agenda que valorize processos, políticas estruturantes, temas de relevância pública duradoura e entregas pontuais. A ação envolve elaborar um calendário anual de pautas, alinhado ao planejamento estratégico da SECID, com marcos previsíveis como convênios, lançamentos de programas, relatórios de gestão, participação em eventos nacionais de políticas urbanas e datas comemorativas ou efemérides locais que contextualizem iniciativas da Secretaria. A partir desse planejamento, serão produzidos materiais específicos: releases segmentados, dossiês com dados históricos e projeções, infográficos de políticas complexas, cronogramas visuais de obras, mapas de investimentos e propostas de pautas especiais para reportagens aprofundadas. A proatividade não se limita a pautas positivas: inclui contextualizar desafios, reconhecer limitações e convidar a imprensa a acompanhar processos decisórios, reforçando transparência e maturidade institucional que ampliam a credibilidade da Secretaria.

Linha de ação 2) Facilitar o acesso às fontes e às informações significa propor ações específicas que diminuam as barreiras entre os jornalistas e ofereçam o conhecimento técnico necessário para a cobertura qualificada de políticas urbanas - Ação 1) Criação de um banco de fontes especializado. Trata-se de um documento permanentemente atualizado, que reúne nomes, especialidades, contatos e disponibilidade de técnicos da SECID e de suas vinculadas. Esses profissionais estarão aptos a conceder entrevistas sobre temas específicos, como engenharia de obras viárias, gestão de políticas habitacionais, planejamento metropolitano, saneamento rural, iluminação pública e regularização fundiária, entre outros. O banco será disponibilizado de forma proativa a jornalistas que acompanham regularmente políticas urbanas, ampliando a diversidade de fontes e reduzindo a dependência de porta-vozes de primeiro escalão. Ação 2) Produção de materiais de referência. Entre eles, glossários de termos técnicos em linguagem acessível, explicações sobre marcos legais que regem as políticas urbanas no Paraná, compilações de dados históricos sobre investimentos e indicadores urbanos, além de manuais que detalham processos como o funcionamento de convênios entre Estado e municípios ou as etapas de execução de grandes obras. Esses conteúdos, organizados em uma plataforma digital de fácil acesso, funcionarão como biblioteca permanente de consulta para jornalistas, reduzindo o tempo de apuração e elevando a qualidade técnica da cobertura. Ação 3) Implementação de sistema ágil de resposta às demandas da imprensa. O protocolo será claro: recebimento das solicitações, triagem conforme a complexidade, encaminhamento às áreas técnicas competentes, validação das informações e retorno ao jornalista dentro de prazos previamente acordados. Idealmente, a resposta deverá ser dada no mesmo dia em casos urgentes e em até 48 horas no caso de demandas mais complexas, que exigem levantamento de dados ou consulta a múltiplas áreas.

Linha de ação 3) Criação de eventos e experiências para jornalistas. Além de fortalecer um relacionamento que vá além da intermediação remota, essa dimensão proporciona contato direto com a realidade das políticas urbanas e com as pessoas envolvidas em sua execução e recebimento, além de oferecer aos jornalistas um entendimento diferenciado, que permite a produção de matérias mais assertivas. Ação 1) Organização de visitas técnicas a obras em andamento ou recém-concluídas. Os jornalistas poderão conhecer in loco a materialidade das intervenções, dialogarão com engenheiros responsáveis e moradores beneficiados, permitindo a produção de reportagens com profundidade e riqueza de detalhes que não seriam possíveis apenas por meio de releases. As visitas terão logística cuidadosamente planejada, incluindo transporte, equipamentos de segurança quando

necessário, roteiro estruturado mas flexível, acesso facilitado a diferentes atores e material de apoio com dados técnicos, cronogramas e contextualização da obra. Ação 2) Realização de encontros técnicos temáticos, em formato diferenciado de relacionamento com a imprensa. Esses encontros reúnem pequenos grupos de jornalistas especializados e técnicos da SECID para discutir de forma aprofundada temas complexos, como desafios do planejamento metropolitano, inovações em gestão de saneamento, dilemas da política habitacional ou experiências bem-sucedidas de cooperação entre estado e municípios. O formato não é de entrevista, mas de conversa estruturada, permitindo que os jornalistas façam perguntas, ampliem sua compreensão e estabeleçam vínculos de confiança com fontes especializadas. Ação 3) Organização de seminários anuais sobre políticas urbanas no Paraná. São eventos de maior porte que reúnem gestores públicos, técnicos, acadêmicos, representantes de municípios e profissionais da imprensa. Nesses encontros, debatem-se desafios e perspectivas do desenvolvimento urbano estadual. Os seminários funcionam, ao mesmo tempo, como prestação de contas públicas, espaço de formação e atualização profissional e oportunidade de debate e informação atualizada à mídia sobre as cidades do futuro, fazendo com que a melhor compreensão transforme jornalistas e jornoinfluenciadores em defensores e avalistas das ações da SECID.

Linha de ação 4) A construção de relacionamento personalizado com profissionais-chave da imprensa parte do reconhecimento de que a comunicação institucional efetiva não se faz apenas por meios formais. Ela depende de relações de confiança desenvolvidas ao longo do tempo com jornalistas específicos. Ação 1: Mapeamento de repórteres, editores, colunistas e apresentadores que acompanham regularmente políticas urbanas, habitação, saneamento, gestão municipal e temas correlatos, considerando: perfis profissionais, linhas editoriais predominantes, histórico de cobertura da SECID e interesses particulares. Com base nesse mapeamento, será estruturado um fluxo de relacionamento personalizado. Ele pode incluir o envio direcionado de informações de interesse do jornalista, a oferta de pautas exclusivas ou antecipadas, o agendamento de conversas periódicas para atualização sobre ações da Secretaria mesmo sem pauta imediata, além do compartilhamento de materiais de referência que apoiem uma cobertura qualificada. Esse relacionamento representa o reconhecimento de que jornalistas especializados são parceiros na construção da compreensão pública sobre políticas urbanas. Investir em sua formação e em seu acesso qualificado a informações é investir na qualidade da democracia. E o relacionamento personalizado também pressupõe escuta atenta às críticas e sugestões desses profissionais

sobre a comunicação da SECID, criando um mecanismo informal, mas efetivo, de avaliação e aprimoramento contínuo das estratégias institucionais.

Linha de ação 5) Coordenação institucional com a SECOM e o SICOM é linha de ação transversal que sustenta as demais, garantindo alinhamento às diretrizes governamentais sem comprometer a autonomia técnica da SECID. As ações incluem participação nas reuniões do SICOM, compartilhamento de calendários, submissão prévia de materiais de grande impacto para validação conjunta, articulação de ações integradas entre secretarias e uso de banco de dados desenvolvido com a SECOM, alimentado diariamente com informações detalhadas sobre objetivos dos programas da SECID, recursos alocados, prazos de execução, resultados alcançados, indicadores de performance e cronogramas atualizados. Também envolvem acionamento do suporte técnico da SECOM em crises ou eventos de grande porte e participação em processos formativos do Sistema Estadual de Comunicação para padronização de linguagem e procedimentos. Essa coordenação assegura que a comunicação da SECID seja autêntica em sua especificidade técnica e coerente com as prioridades do Governo do Paraná, evitando contradições, sobreposições e desperdício.

Linha de ação 6) Para maximizar o retorno do investimento e superar a métrica tradicional de quantidade (clipping), adotaremos duas métricas de performance estratégica inovadoras, criadas especificamente para este projeto: o Índice de Profundidade e Qualificação da Cobertura (IPQC) e a Taxa de Absorção de Conteúdo Segmentado (TACS). Essas métricas demonstram à administração pública que o esforço de comunicação está alinhado aos princípios do SICOM, priorizando informação qualificada, técnica e regionalizada. O IPQC medirá o percentual de veiculações que, além do anúncio factual, utilizam materiais de aprofundamento (Dossiês Temáticos, Fichas Técnicas e Artigos Assinados) como fonte, reforçando a credibilidade técnica da SECID e o alinhamento das políticas aos ODS. Já o TACS avaliará o sucesso da estratégia de segmentação, medindo o volume de releases e avisos de pauta publicados em versões territorializadas ou especializadas por veículos regionais e de nicho. Juntos, IPQC e TACS comprovarão a eficácia da comunicação em transformar conteúdo técnico complexo em narrativas claras e relevantes.

Além das seis linhas de ação estruturantes, propõe-se uma ação específica e de alto impacto: a criação do Prêmio Estado do Paraná de Jornalismo em Políticas Urbanas. A premiação, de caráter anual, posiciona a SECID como incentivadora da cobertura qualificada sobre cidades e desenvolvimento urbano. O prêmio reconhecerá reportagens, séries jornalísticas, documentários e trabalhos multimídia que tratem, com profundidade, rigor e

inovação, temas como planejamento territorial, habitação de interesse social, saneamento, mobilidade urbana, sustentabilidade, redução de desigualdades, cooperação federativa e desafios das cidades do futuro. A premiação será organizada em categorias por tipo de veículo – texto, foto, vídeo, rádio e multimídia – e contará com júri formado por jornalistas, acadêmicos e especialistas em políticas urbanas. A ideia é que a cerimônia se torne um evento anual de destaque no calendário comunicacional da SECID, da SECOM PR e do próprio Governo do Estado. Essa ação cumpre múltiplas funções estratégicas: incentiva a especialização de jornalistas na cobertura de políticas urbanas, eleva o padrão de qualidade das reportagens sobre temas de interesse da Secretaria, posiciona a SECID como protagonista no debate público sobre cidades, gera visibilidade midiática e fortalece o relacionamento de longo prazo com a comunidade jornalística, baseado no reconhecimento do mérito profissional.

c) MATERIAIS A SEREM PRODUZIDOS

Parte fundamental da estratégia e das ações propostas, os materiais produzidos terão tratamento diferenciado para atender à complexidade técnica das políticas urbanas e à necessidade de oferecer informações claras e acessíveis ao público. Somados, compõem o arsenal comunicacional necessário para garantir consistência, profundidade e clareza na relação com a mídia. Respondem às demandas imediatas das redações, mas também estruturam a compreensão de médio e longo prazo sobre políticas urbanas, fortalecendo a presença institucional da SECID e ampliando a qualidade da cobertura jornalística. Produzi-los depende de um processo criativo que exige domínio de diferentes linguagens, conhecimento das rotinas da imprensa, sensibilidade para identificar temas de interesse público e capacidade de adaptar mensagens a perfis variados de veículos e audiências. Os materiais descritos a seguir estão organizados em quatro categorias, cada uma com função específica dentro da estratégia de comunicação, requerendo padrões de qualidade, linguagem e formato adequados aos seus objetivos.

Categoria 1) Os itens de divulgação factual são produzidos para comunicar eventos, anúncios, entregas e marcos relevantes. Cumprem função informativa imediata e são o ponto de partida para a cobertura jornalística.

- Press release: um release de qualidade sobre assinatura de convênio não se limita a informar valores, municípios beneficiados e autoridades presentes. Ele contextualiza a ação em uma política pública mais ampla, apresenta diagnóstico do problema, dados sobre déficit ou demanda atendida, contrapartidas e responsabilidades, cronograma de execução, impactos

esperados, compromissos com os ODS, declarações de autoridades e contatos para aprofundamento. Deve ser produzido em versões segmentadas: completa (para veículos que demandam profundidade), sintética (para redações menores), territorializadas (para cada município beneficiado) e adaptadas a diferentes editorias, como política, economia, cidades ou meio ambiente. Essa segmentação amplia a efetividade do material.

- Aviso de pauta: antecipa eventos de cobertura, como coletivas, assinaturas, inaugurações, visitas técnicas ou participação de autoridades da SECID. Um aviso eficaz vai além de informar data, horário e local: explica a relevância do evento, contextualiza o tema, indica autoridades e declarações esperadas, sugere ângulos de cobertura, informa sobre infraestrutura disponível e oferece materiais de apoio (dados, fotos, infográficos). A qualidade desse aviso é decisiva para garantir a presença dos jornalistas, especialmente diante de agendas concorridas e equipes reduzidas.

- Notas oficiais: de uso mais restrito, reservado a esclarecimentos, retificações, posicionamentos institucionais diante de controvérsias ou respostas a questionamentos públicos. Uma nota oficial de qualidade é factual, objetiva, transparente, assume responsabilidades quando cabível, apresenta dados concretos, evita linguagem defensiva ou evasiva, e demonstra compromisso com interesse público acima de defesa institucional corporativa. A nota oficial não é instrumento de propaganda, mas de prestação de contas e transparência ativa, e por isso deve ser produzida com rigor técnico e revisão cuidadosa para garantir precisão factual absoluta.

- Artigos assinados: são de alto valor estratégico, permitindo que gestores e técnicos da SECID atuem como vozes autorizadas em debates sobre políticas urbanas. Oferecem oportunidade de apresentar visão de longo prazo, contextualizar ações em objetivos mais amplos, dialogar com experiências nacionais e internacionais e demonstrar profundidade técnica e compromisso público além da gestão corrente. Serão produzidos com qualidade editorial equivalente à de colunistas profissionais, respeitando limites de extensão e formato de cada veículo, evitando linguagem excessivamente técnica ou promocional, apresentando dados e referências confiáveis e oferecendo reflexões que contribuam ao debate público. A estratégia prevê produção regular de artigos sobre temas estruturantes, direcionados a veículos de diferentes perfis conforme adequação temática e editorial.

- Relatório Diário de Execução dos Objetivos de Comunicação - documento diário contendo descrição detalhada do cumprimento de demandas e ações realizadas no dia, incluindo: releases enviados, atendimentos à imprensa realizados, matérias publicadas

identificadas, ações de monitoramento executadas e status das entregas previstas no Plano de Ação.

Categoria 2) Os materiais de contextualização e aprofundamento não são produzidos para divulgação imediata de fatos, mas para construir compreensão mais profunda sobre políticas, programas e desafios enfrentados pela SECID.

- Dossiês temáticos - compilações organizadas de informações sobre temas específicos como política habitacional do Paraná, desafios do saneamento em municípios de pequeno porte, experiências de cooperação metropolitana, ou inovações em iluminação pública. Podem conter histórico de políticas na área, marcos legais relevantes, dados consolidados sobre investimentos e resultados, estudos de caso de municípios específicos, entrevistas com técnicos e beneficiários, projeções futuras e indicação de fontes especializadas para aprofundamento e são oferecidos a jornalistas que produzem reportagens especiais ou séries aprofundadas, funcionando como base de apoio para coberturas mais densas e consistentes.

- Fichas técnicas - materiais sintéticos que explicam programas, obras ou políticas específicas em formato objetivo, com dados essenciais, objetivos, etapas de execução, investimentos, situação atual e indicadores de impacto. Funcionam como referência rápida para jornalistas, especialmente em coberturas diárias. Por fim, os infográficos complementam esse material, apresentando informações complexas de forma visual, facilitando compreensão de processos, cronogramas, fluxos de execução ou resultados alcançados. São úteis tanto para redações quanto para redes sociais institucionais.

Categoria 3) Os materiais de suporte à produção jornalística incluem bancos de dados atualizados, fotografias e vídeos institucionais com qualidade adequada para uso jornalístico, mapas de distribuição territorial de investimentos, séries históricas de dados e line-ups com disponibilidade de porta-vozes. Esse conjunto reduz o tempo de apuração, facilita a produção de matérias e contribui para cobertura qualificada. A atualização constante desses materiais é essencial para manter a credibilidade.

Categoria 4) Materiais de relacionamento institucional reforçam a construção de vínculo contínuo com jornalistas e redações. Isso inclui newsletters periódicas com atualizações relevantes sobre ações da SECID, agendas antecipadas de eventos, balanços trimestrais de investimentos e entregas, e materiais de apresentação institucional utilizados em encontros técnicos, seminários ou reuniões com veículos. Não substituem releases, mas organizam informações de forma clara, para facilitar o acompanhamento do trabalho da Secretaria.

OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

A análise da cobertura jornalística revela que a SECID ocupa uma posição privilegiada no ecossistema midiático paranaense, sustentando uma visibilidade que já lhe confere credibilidade e reconhecimento. Esse ponto de partida abre espaço para um movimento estratégico: ampliar narrativas qualificadas que reforcem o papel técnico da Secretaria, organizem a percepção pública sobre os investimentos realizados e aprofundem a compreensão coletiva acerca das políticas urbanas em curso. A recorrência de menções positivas – especialmente associadas a anúncios, entregas e parcerias com municípios – demonstra que há um terreno fértil para o fortalecimento institucional.

Quando alinhados aos eixos estratégicos do Plano de Ação, os dados analisados apontam três oportunidades principais: fortalecer a autoridade técnica da SECID, ampliar sua presença pública de maneira qualificada e construir uma narrativa clara que dialogue com as expectativas da sociedade. Em resumo, é um momento favorável para transformar reconhecimento em influência e visibilidade em confiança sólida.

A primeira oportunidade decorre da capilaridade territorial da SECID e da alta responsividade da mídia local e regional. Jornais de todas as regiões do estado – Norte, Oeste, Sudoeste, Centro-Sul, Campos Gerais e Litoral – repercutem rapidamente os anúncios da Secretaria, sobretudo quando relacionados a obras de pavimentação, regularização fundiária, urbanização de praças e ampliações de sistemas de saneamento. Esse comportamento mostra que a SECID já possui presença consolidada em todo o Paraná, funcionando como vetor de desenvolvimento urbano percebido de forma direta pelas comunidades.

Essa lógica territorializada da mídia regional cria um ambiente favorável para ampliar narrativas ligadas aos programas estruturantes, já que cada investimento repercute como notícia de impacto imediato na vida cotidiana. A estratégia segmentada prevista neste Plano – com comunicação orientada por macrorregiões e diferenciada por matriz de relevância local – encontra, assim, terreno fértil para elevar a qualidade da cobertura, substituindo o ciclo predominante de "anúncio → manchete breve" por fluxos narrativos contínuos que evidenciem evolução, execução e resultados concretos.

Uma segunda oportunidade mapeada nasce do forte potencial de humanização das políticas urbanas da SECID. Entre os temas mais recorrentes, estão a regularização fundiária, a habitação, a pavimentação e as obras de requalificação urbana – pautas naturalmente ligadas a histórias reais das famílias e das comunidades. A presença recorrente de matérias sobre

entrega de moradias, assinatura de convênios, início de obras em bairros vulneráveis e melhorias diretas em infraestrutura mostra que a imprensa já reconhece essas ações como transformadoras. Isso facilita a construção de narrativas que aproximam o público da complexidade técnica das políticas urbanas, traduzindo-as em benefícios concretos para quem vive nos territórios.

Programas como Casa Fácil, Moradia Legal, Asfalto Novo/Vida Nova e projetos de reurbanização integrada despontam entre os temas com maior potencial de repercussão positiva. Ao explorar personagens reais, trajetórias familiares, relatos de mudança e impactos percebidos no dia a dia, a SECID pode ocupar uma zona rara no noticiário: a do serviço público que melhora vidas e reposiciona a cidade como espaço de cidadania. A convergência entre dados técnicos e histórias humanas fortalece a comunicação, ampliando a capacidade da Secretaria de produzir conteúdos que engajem e eduquem ao mesmo tempo.

A terceira oportunidade identificada na análise da cobertura jornalística decorre da valorização crescente da gestão técnica da SECID e da demanda por maior explicação pública de processos. Veículos de grande circulação – incluindo rádios estaduais e jornais de abrangência ampla – têm repercutido entrevistas e pautas que destacam governança, planejamento e responsabilidade fiscal. Em vários textos, a Secretaria aparece associada à ideia de modernização administrativa, capacidade de investimento e fortalecimento de políticas estruturantes. Esse enquadramento abre espaço para ampliar a presença de especialistas, diretores, engenheiros e coordenadores como porta-vozes da instituição. A diversificação de fontes, quando conduzida de forma planejada – com media training, construção de mensagens-chave e integração com a comunicação em três tempos – permite reforçar a credibilidade técnica e reduzir a concentração de visibilidade em poucas figuras.

Outro ponto relevante é a existência de uma lacuna informacional: grande parte das notícias aborda apenas o "quanto" será investido, mas pouco detalha o "como" e o "por quê". Essa ausência abre um campo privilegiado para posicionar a Secretaria como referência em transparência, explicação de etapas, boas práticas de gestão e pedagogia das políticas públicas. Ao ocupar esse espaço com clareza metodológica – explicando diagnósticos, etapas de licenciamento, critérios de priorização e métricas de impacto –, a SECID se diferencia como instituição madura, confiável e orientada ao interesse público.

IDENTIFICAÇÃO DE RISCOS À IMAGEM

A leitura integrada da cobertura jornalística e o exame das dinâmicas do ecossistema informativo paranaense mostram um ambiente favorável à atuação da SECID, mas também expõe riscos reputacionais que não podem ser ignorados. Como a Secretaria atua em todo o estado, cada anúncio ou obra tem grande visibilidade e a população espera resultados rápidos, mesmo quando os prazos técnicos são mais longos. Além disso, a crescente politização das agendas urbanas faz com que ações de gestão sejam frequentemente interpretadas sob a ótica eleitoral. Reconhecer esses riscos é importante para antecipar vulnerabilidades e orientar respostas estratégicas em conformidade com os princípios de transparência, rigor técnico e previsibilidade que sustentam este Plano de Ação. Entre os pontos identificados, três riscos se destacam e merecem análise.

O primeiro está no descompasso entre anúncios e execução, observado de forma recorrente na cobertura. Há grande volume de matérias sobre liberação de recursos, assinatura de convênios e lançamentos de programas, o que reforça a percepção de expansão constante da atuação da Secretaria. No entanto, o espaço dedicado ao acompanhamento das etapas de execução é bem menor. Essa diferença cria uma zona de vulnerabilidade: quando o anúncio ganha destaque e sua continuidade não aparece com a mesma visibilidade, abre-se margem para cobranças, críticas sobre ritmo de obras e questionamentos sobre capacidade de entrega. Esse risco é ampliado pela dinâmica da mídia regional, que responde de forma rápida e intensa a investimentos localizados, gerando expectativas imediatas da população. Em períodos pré-eleitorais, o descompasso pode ser interpretado como promessa não cumprida, mesmo quando a execução segue os trâmites técnicos previstos. A estratégia de comunicação em três tempos – anúncio contextualizado, acompanhamento contínuo e entrega com indicadores – configura uma resposta direta e necessária, oferecendo coerência narrativa e reduzindo assimetrias de informação que poderiam resultar em desgaste público.

O segundo risco percebido decorre da personalização excessiva da comunicação institucional, marcada pela centralidade da figura do secretário na cobertura. Grande parte das matérias, entrevistas e declarações públicas está associada diretamente ao titular da pasta. Isso, por um lado, reforça visibilidade política e capacidade de articulação, mas, por outro, cria vulnerabilidade reputacional. Em um ambiente altamente sensível a leituras político-eleitorais, a concentração da narrativa em uma única autoridade pode gerar interpretações de uso político da máquina pública, aumentar a probabilidade de contaminação das pautas técnicas por disputas eleitorais e fragilizar a percepção de institucionalidade da

Secretaria. Essa personalização também expõe a gestão ao risco de responsabilização direta por atrasos, ajustes de cronograma ou dificuldades inerentes à execução de políticas urbanas complexas. A diversificação planejada de porta-vozes – com diretores, engenheiros, especialistas e gestores regionais – é importante para reduzir esse risco. Ao redistribuir a autoridade técnica, fortalece-se a percepção pública de que a SECID opera com quadros qualificados, métodos consistentes e visão estratégica de longo prazo, independentemente da conjuntura política.

O terceiro risco localizado está ligado à assimetria de informações sobre critérios técnicos, processos de decisão e distribuição territorial dos investimentos. Embora a cobertura seja majoritariamente positiva, matérias que tratam de grandes aportes financeiros, regularização fundiária ou obras de infraestrutura podem gerar ruídos quando não explicam, com clareza, fundamentos técnicos, priorizações e marcos legais que orientam as decisões da Secretaria. Em um contexto de forte presença territorial, qualquer percepção de disparidade regional ou dificuldade momentânea em parcerias com municípios pode ser explorada por atores políticos locais ou gerar especulações sobre favorecimento. Além disso, a ausência de explicações claras sobre etapas técnicas – como licenciamento, vistorias, requisitos de conformidade ou responsabilidades compartilhadas entre Estado e municípios – pode alimentar narrativas críticas, mesmo quando infundadas. Esse risco também se manifesta quando atrasos inevitáveis, decorrentes de fatores externos como clima, capacidade operacional municipal ou ajustes contratuais não são comunicados de forma proativa. A transparência ativa, prevista neste Plano de Ação, assim como a produção contínua de notas técnicas, painéis de acompanhamento e materiais explicativos sobre critérios de priorização, é fundamental para neutralizar esse risco e consolidar a SECID como instituição guiada por planejamento, legalidade e rigor técnico – e não por agendas conjunturais.

A identificação precisa desses pontos de atenção, integrada aos eixos estratégicos apresentados, garante condições para a comunicação madura, preventiva e orientada ao interesse público. Não basta comunicar resultados. É necessário comunicar também os processos, critérios e responsabilidades da SECID com maior clareza para mitigar os riscos, fortalecer a credibilidade institucional e assegurar que a presença da SECID no noticiário se traduza em confiança, estabilidade e compreensão aprofundada das políticas urbanas que coordena.

ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM

Data: 1º de julho de 2025

Total de 43 notícias (11 impresso, 30 web, 2 rádio).

Sentimento: Positivo, refletindo atuação multissetorial e resultados estruturais.

Temas predominantes: Saneamento Básico (21 notícias sobre a 10ª Assembleia Microrregional) e Infraestrutura (11 notícias sobre liberação de R$ 230 milhões do Asfalto Novo, Vida Nova).

Outros temas: Casa Fácil em Ponta Grossa (2), Integração de 865 novos servidores (4), Terminal Metropolitano de Londrina (1), obras da UFPR Jandaia do Sul (1), entre outros.

Análise qualitativa: A SECID se consolida como articuladora de políticas estruturais (urbanização, sustentabilidade, infraestrutura). O empenho em saneamento rural, habitação e mobilidade urbana reforça a imagem de um governo que busca antecipar metas e promover desenvolvimento integrado.

Pontos positivos: Articulação com 346 municípios, buscando antecipar a meta de universalização (já em 80% de esgoto tratado). Investimentos rodoviários (Asfalto Novo) e obras de peso (UFPR, Terminal Londrina) reforçam a imagem de eficiência. E as entregas do Casa Fácil em Ponta Grossa evidenciam a promoção da cidadania e inclusão social.

Pontos de risco: Os riscos se concentram em atrasos, execução técnica e falhas na comunicação pública das fases dos projetos. É crucial que a SECID adote uma estratégia proativa e transparente para consolidar sua reputação de eficácia.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir material (releases e posts) sobre as histórias de vida dos moradores beneficiados pelos programas "Asfalto Novo" e "Casa Fácil". Transformar dados complexos em narrativas de identificação e emoção.

2. Produzir releases periódicos sobre o Casa Fácil, destacando número de moradias, investimento e impacto da urbanização.

3. Divulgar as ações de renovação de iluminação pública com lâmpadas de LED nos municípios. Produzir releases com dados globais e regionais para reforçar a atuação da SECID na melhoria da segurança pública.

4. Para incentivar a adesão municipal ao diagnóstico rural, agendar entrevistas com porta-vozes da Secretaria em emissoras de rádios locais, divulgando a importância da ação para o futuro do saneamento no campo.

Data: 2 de julho de 2025

Total de 7 notícias (5 sites, 2 impresso).

Sentimento: Crítico-positivo, devido ao contraste entre entregas e questionamentos políticos.

Temas em destaque: Articulação e Investimentos (Fazenda Rio Grande, Ponta Grossa, Capela Mortuária, Quarto Centenário) e Transparência/Política (Contrato Google e Eleições 2026).

Análise qualitativa: O panorama é dual: de um lado, a administração estadual e municipal é ativa, focada em desenvolvimento e infraestrutura. De outro, há críticas da oposição questionando a transparência de grandes contratos. O risco é o desgaste por alegações de opacidade contaminarem o contexto positivo das entregas.

Pontos positivos: O volume de entregas e a forte parceria com municípios criam uma percepção de ampla presença territorial e visão estratégica de médio/longo prazo da SECID.

Pontos de risco: A crítica da oposição sobre o contrato Google (viés político) exige um posicionamento técnico claro da SECID, pois pode contaminar a credibilidade das demais ações em um período de alta lupa eleitoral.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Preparar notas técnicas detalhadas para responder a questionamentos críticos da oposição, com dados e defesa da necessidade de realização das ações. A divulgação deve ser estratégica e avaliada pelo alto escalão.

2. Criar mecanismos de alerta para notícias críticas no público interno, garantindo a imediata apuração e o fornecimento de informações à Ascom para subsidiar respostas.

3. Produzir vídeos curtos focados nos beneficiários (moradores, trabalhadores) de cada entrega, mesmo no interior. Usar a publicidade institucional para campanhas segmentadas nas redes sociais (direcionadas aos municípios e microrregiões) e vídeos com exemplos de ações entregues.

4. Articular-se com as assessorias de imprensa dos municípios beneficiados com obras da SECID (ex: Quarto Centenário) para se aproximar da mídia regional e garantir que qualquer divulgação sobre projetos e/ou obras cite a participação e o papel da Secretaria.

5. Estabelecer que qualquer divulgação sobre um projeto/obra financiada pela SECID mencione a participação da Secretaria (financiamentos, elaboração de projetos) para garantir o crédito institucional.

Data: 3 de julho de 2025

Total de 56 notícias (44 sites, 12 impresso).

Sentimento: Positivo, focado na capilaridade dos investimentos e na gestão ativa.

Tema predominante: Liberação de R$ 29 milhões em novas obras urbanas para 14 municípios (44 notícias), dominando a cobertura.

Outros temas: Saneamento (4), Entrevista sobre investimentos futuros (3), Anúncio de indústrias em Campos Gerais (2), Residencial Bem Viver (1), Reunião com prefeito (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: A cobertura reforça a imagem de uma gestão ativa e capilar do Governo. A SECID é vista como próxima dos municípios, focada em demandas estruturantes, com um tom amplamente positivo.

Pontos positivos: Forte repercussão da liberação de R$ 29 milhões, evidenciando a capacidade da SECID de executar obras de alto impacto (asfaltamento, habitação) em diversos municípios. Fortalecimento da imagem do secretário como um porta-voz técnico, preparado e articulador, gerando uma percepção social positiva de transformação concreta do território.

Pontos de risco: Evitar o risco de uso eleitoral da máquina pública devido à proximidade do pleito. A comunicação deve ser consistente para não parecer autopromocional, exigindo maior presença de técnicos como porta-vozes da Secretaria.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Divulgar releases localizados e agendar entrevistas em rádios regionais para cada um dos 14 municípios beneficiados com os R$ 29 milhões.

2. Criar a seção "A vida sem poeira" para redes sociais, focada em conteúdo em vídeo. Contar histórias de moradores beneficiados pelo Asfalto Novo, Vida Nova, mostrando a melhoria na qualidade de vida e dignidade.

3. Produzir releases sobre o início do diagnóstico rural do saneamento e levantar dados do setor. Marcar entrevistas em rádios locais e propor pautas para emissoras de TV (onde o tema teve baixa repercussão) para transformar a discussão em ação concreta e dar maior abrangência ao assunto.

4. Usar a declaração do secretário Guto Silva de que "o Paraná está embalado" como mote para uma pauta de visão estratégica sobre investimentos futuros em infraestrutura e cidades inteligentes.

Data: 4 de julho de 2025

Total de 22 notícias (18 impresso, 3 sites, 1 rádio).

Sentimento: Positivo, focado no dinamismo do governo e no municipalismo.

Tema predominante: Liberação de R$ 29 milhões para investimento em 14 municípios (15 notícias).

Outros temas: Recursos para pavimentação total de Irati (2), Entrevista sobre potencial de Ponta Grossa (3) e Novos Servidores (1).

Análise qualitativa: O dia reforça a imagem de um governo dinâmico, municipalista e comprometido com infraestrutura e desenvolvimento. A narrativa é de progresso contínuo, proximidade com os municípios e valorização das lideranças regionais.

Pontos positivos: A linha narrativa é de investimentos robustos com forte participação da SECID. Destaque para o municipalismo (parceria com prefeitos), credibilidade por resultados concretos e conexão com temas de impacto social.

Pontos de risco: O alto volume de anúncios simultâneos pode gerar questionamentos sobre a capacidade real de execução. Também há risco de percepção de desequilíbrio regional por grandes investimentos. A promessa de ampliação do Asfalto Novo para cidades acima de 100 mil habitantes exige cumprimento para evitar críticas.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Lançar boletins mensais sobre o status de obras (com infográficos). Intensificar entrevistas em veículos regionais e criar grupos de WhatsApp com representantes da imprensa regional para divulgação segmentada de ações.

2. Preparar e disparar um segundo release (Follow-up) para a imprensa, detalhando as datas de licitação e cronogramas das obras anunciadas, transformando o anúncio em ação concreta.

3. Unificar as entregas do Casa Fácil em releases estaduais, focando em grandes marcos numéricos (ex: 1000ª casa) para atrair a visibilidade de veículos de televisão.

4. Oferecer pauta aos cadernos de Economia/Negócios sobre como o Casa Fácil está impulsionando a construção civil, conectando Habitação a desenvolvimento econômico e aumentando a relevância da SECID.

5. Divulgar a chegada de novos servidores concursados. Externamente, como fortalecimento técnico para a celeridade dos projetos. Internamente, como reforço e valorização das equipes.

Data: 5 de julho de 2025

Total de 1 notícia (nota) na coluna Pelo Paraná (jornal impresso).

Sentimento: Positivo, focado na capacidade de articulação e impacto dos investimentos.

Tema: Liberação de R$ 29 milhões para investimento em 14 municípios.

Análise qualitativa: A notícia posiciona a SECID como articuladora central de políticas estruturais para a urbanização e infraestrutura do Paraná.

Pontos positivos: O texto demonstra capacidade de execução e compromisso amplo com o desenvolvimento descentralizado. A liberação abrange diversas demandas (pavimentação, equipamentos rodoviários, Centro de Convivência) em 14 municípios.

Pontos de risco: A liberação foi apenas para licitação, e não para o início de obra, criando um vazio de informação e risco de frustração pública ou cobrança de promessa. O envolvimento de deputados e outros secretários pode diluir o crédito técnico da SECID, que corre o risco de ser vista apenas como um "balcão de liberação".

Sugestão de ações de comunicação: 1. Oferecer entrevistas em emissoras regionais de rádio sobre o caráter técnico e completo do Asfalto Novo. Usar as palavras-chave "LED, calçadas, acessibilidade" para reforçar a qualidade e sustentabilidade do investimento.

2. Transformar os R$ 29 milhões em histórias reais e testemunhos de moradores dos locais a serem beneficiados para publicar nas redes sociais, reforçando os valores de dignidade e saúde.

3. Ao divulgar o Asfalto Novo, destacar os pré-requisitos técnicos (LED, calçadas, Planos Diretores) para reforçar a imagem da SECID como órgão que exige excelência e planejamento.

4. Propor pautas especiais (saneamento rural, entregas de moradias) para as edições de domingo dos jornais e para a TV. É uma forma de ampliar o alcance das ações da SECID. A partir do amplo leque de ações e projetos em andamento na Secretaria, é possível extrair pautas especiais, por exemplo, sobre o saneamento rural, a entrega de moradias, as mudanças na qualidade de vida a partir das entregas de ruas asfaltadas.

4. Divulgar as ações da semana em uma newsletter interna para manter o sentimento de valorização e motivação da equipe.

Data: 6 de julho de 2025

Total de 1 notícia (nota) no site Agora Paraná.

Sentimento: De neutro para positivo, devido à associação com investimento social.

Tema: Entrega da revitalização da Praça da Liberdade em Curitiba, com a participação do secretário.

Análise qualitativa: A matéria associa a SECID (pela presença do Secretário) a investimentos públicos de interesse social (lazer, esporte e convivência), elevando a relevância política e estratégica do projeto de requalificação urbana.

Pontos positivos: A citação ao órgão, mesmo que indireta, o conecta à inclusão social e à criação de espaços de convivência. A presença do Secretário Guto Silva reforça a capacidade de articulação institucional entre o município (Curitiba) e o Estado.

Pontos de risco: O ponto de atenção é a politização da ação, devido à presença de lideranças em um contexto de noticiário eleitoral.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Sugerir pauta sobre "Famílias deixam o aluguel e redesenham suas vidas". Focar em duas famílias beneficiadas, mostrando a mudança na rotina e entrevistando um representante da Cohapar para explicar o subsídio na entrada e o planejamento urbano.

2. Sugerir reportagem sobre "A revolução silenciosa no campo". Usar a história de personagens (com e sem saneamento) para detalhar os desafios do setor e explicar o papel do Diagnóstico Rural para a saúde e produtividade do agronegócio. Sugerir artigo de opinião assinado por alta gestão.

3. Criar reportagem com foco em uma cidade beneficiada pelo Asfalto Novo. Mostrar o contraste visual, entrevistar comerciante local (aumento de movimento) e morador (qualidade de vida). Usar um representante da SECID para falar do "efeito multiplicador" dos recursos (valorização, emprego, arrecadação).

4. Divulgar as ações da semana em uma newsletter para manter o sentimento de valorização e a motivação da equipe.

5. A partir do programa "Moradia Legal Paraná", desenvolvido por uma das vinculadas da

SECID em parceria com outras instituições, vale produzir pauta sobre a regularização

fundiária e as boas práticas municipais, pois posiciona a SECID como catalisadora dessas

ações.

Data: 7 de julho de 2025

Total de 14 notícias (11 web, 3 impresso).

Sentimento: Positivo-crítico, com ênfase na execução e eficiência de gestão.

Temas em destaque: O foco se dividiu entre ajuste fiscal e modernização da gestão (3), grandes investimentos urbanos (Foz do Iguaçu, Piraí do Sul e Fazenda Rio Grande, somando 6), e a revitalização social (Praça da Liberdade, 3).

Análise qualitativa: A cobertura reforça a imagem de um Governo ativo e técnico. Textos macroeconômicos em veículos nacionais (Valor/O Globo) posicionam o Secretário Guto Silva como figura-chave nas reformas estruturais e na eficiência do Estado.

Pontos positivos: As matérias locais, como as de Fazenda Rio Grande, detalham projetos concretos (mobilidade, viadutos), confirmando que a SECID executa e destrava o desenvolvimento urbano.

Pontos de risco: A SECID deve garantir transparência nas parcerias com o setor privado para refutar críticas de precarização. É essencial demonstrar que a modernização fiscal fortalece, e não sacrifica, os investimentos sociais.

Sugestões de ações de comunicação: 1. Vincular ajuste a investimento: Usar as entrevistas nacionais do secretário como gancho para artigos e releases locais, ligando claramente os recursos das reformas fiscais e parcerias aos grandes pacotes de infraestrutura liberados pela SECID.

2. Segmentação de mídia: Propor entrevistas e releases segmentados para a imprensa local de Foz do Iguaçu, Piraí do Sul e Fazenda Rio Grande, com o objetivo de repercutir e maximizar o anúncio dos investimentos.

3. Agenda social: Elaborar sugestão de pauta focada no aspecto social da iniciativa, sobre a inauguração do Condomínio do Idoso em Arapongas (prevista para 18/07), ressaltando a presença do governador.

4. Transparência e capacitação (Digital): Criar vídeos tutoriais curtos e objetivos com detalhamento, passo a passo, como os municípios podem se candidatar aos recursos (pavimentação, saneamento), enfatizando a documentação e o Plano Diretor.

5. Mapa de transparência cidadã: Desenvolver e divulgar um mapa interativo simples no site da SECID onde o cidadão possa consultar as ações realizadas em seu município, incluindo o status atualizado das obras anunciadas.

Data: 8 de julho de 2025

Total de 10 notícias (6 web, 4 impresso).

Sentimento: Positivo, com foco na capacidade de execução e apoio direto.

Tema predominante: Eleições 2026 (5 notícias), ofuscando ligeiramente assuntos de gestão.

Outros temas: Investimentos em Piraí do Sul (2), Revitalização de Praça (1), Aquisição de Retroescavadeiras em Catanduvas (1) e Complexo Esportivo em Aparecida do Ivaí (1).

Análise qualitativa: As matérias consolidam a SECID como facilitadora estratégica de investimentos municipais (via Paraná Cidades e Asfalto Novo, Vida Nova), construindo uma narrativa de competência técnica e prestígio político com impacto territorial real.

Pontos positivos: Evidenciam o apoio direto do Estado a municípios, gerando legitimidade. Indicam uma visão de longo prazo e compromisso com qualidade de vida, mobilidade urbana e urbanização sustentável.

Pontos de risco: A alta menção a intenções de voto pode misturar a imagem administrativa com ambições políticas, exigindo que a comunicação reforce programas de infraestrutura como prioridades de governo, não eleitorais. A vinculação de obras a lideranças locais pode gerar questionamentos sobre os critérios técnicos de alocação de recursos.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Institucional: Criar um Press Kit completo (programas, números gerais, mapa de obras, fotos oficiais) para ser enviado a jornalistas, sempre que demandarem informações da Secretaria. Visa gerar matérias que repercutam a atuação global da SECID, além do questionamento original do veículo noticioso.

2. Série digital "Obra da Semana": Gravar e publicar regularmente nas redes sociais vídeos rápidos nos canteiros de obras (com os responsáveis técnicos), mostrando o andamento, materiais usados e estimativa de entrega. Gera sentimento de continuidade.

3. Percepção regional: Implementar a segmentação do monitoramento de notícias por macrorregião do estado. A medida facilita a verificação da repercussão e onde o reforço de comunicação é mais necessário.

4. Parcerias: Elaborar sugestão de pauta sobre como a SECID fortalece a gestão local, destacando ações em parceria com os municípios. Pauta com ampla oportunidade de segmentação.

5. Media training: Identificar e treinar novos porta-vozes para assegurar a boa divulgação técnica e ampliar a visibilidade do órgão, garantindo coerência no discurso.

Data: 9 de julho de 2025

Total de 4 notícias (3 web, 1 impresso).

Sentimento: Positivo, focado na estabilidade do governo e no potencial de projetos.

Tema predominante: Eleições 2026 (3 notícias), dominando o noticiário com a especulação sobre o secretário.

Outros Temas: Urbanização da Ocupação Bubas em Foz do Iguaçu (1 notícia), representando o ativo social e de infraestrutura.

Análise qualitativa: O dia oferece uma oportunidade significativa para a SECID reforçar sua relevância institucional. A alta aprovação do governo gera uma imagem de estabilidade política. O desafio é que a comunicação da SECID deve usar essa alta visibilidade para reforçar resultados concretos e garantir transparência na relação com prefeitos e a população.

Pontos positivos: Os índices de aprovação reforçam a imagem de estabilidade e motivação dos servidores. A especulação sobre a candidatura do Secretário aumenta seu poder de articulação e potencial de captação de recursos para a SECID.

Pontos de risco: A alta exposição política do Secretário Guto Silva gera riscos de questionamento sobre o uso da máquina pública para fins eleitorais e aumenta a pressão por entrega de resultados (obras e programas) para corresponder à expectativa pública e da mídia.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Máxima visibilidade: Produzir matérias e sugestões de pauta detalhadas sobre a reurbanização de Bubas em Foz do Iguaçu (números, descrição de ações, próximos passos). Priorizar a divulgação em emissoras de TV e rádio regionais, que possuem maior alcance local.

2. Humanização: Produzir vídeos com os moradores de Bubas (entrevistas com boas personagens) narrando a história da ocupação e as expectativas futuras com a obra. Acompanhar essas personagens ao longo da execução da obra para gerar conteúdo contínuo nas mídias digitais.

3. Público interno: A divulgação das ações e projetos da semana em uma newsletter é crucial para manter o sentimento de valorização e a motivação da equipe, conectando o trabalho interno ao sucesso externo.

Data: 10 de julho de 2025

Total de 6 notícias (3 sites, 2 impresso, 1 rádio).

Sentimento: Positivo, focado em planejamento e entregas estruturais.

Tema predominante: Início do diagnóstico para o saneamento rural (2 notícias).

Outros temas: Investimentos em Bandeirantes (1), Discussão sobre viadutos em Fazenda Rio Grande (1), Resfriamento do aterro sanitário (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: A cobertura enfatiza as ações estruturantes do Governo, como o avanço em saneamento e infraestrutura. A narrativa reforça a capacidade administrativa, planejamento e a articulação institucional da SECID.

Pontos positivos: O foco no saneamento rural demonstra compromisso com municípios pequenos, conferindo imagem de gestão organizada e orientada por diagnóstico. Os investimentos em Fazenda Rio Grande e Bandeirantes sinalizam atenção à mobilidade e ao desenvolvimento regional. A valorização do secretário Guto Silva em pesquisas reforça seu poder de articulação e alinhamento estratégico com o governador.

Pontos de risco: O tom eleitoral crescente sobre o destino político do secretário pode gerar questionamentos sobre uso político de programas e obras, exigindo comunicação institucional cautelosa para evitar críticas de favorecimento prévio ou judicialização.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Aumentar a presença de porta-vozes da SECID em emissoras de rádio de boa audiência em todo o estado para falar sobre as entregas. Oferecer porta-vozes técnicos para explicar o diagnóstico de saneamento rural.

2. Elaborar uma nota proativa esclarecendo as etapas e prazos da obra dos viadutos da BR-116 para reduzir a margem para críticas e transformar o anúncio em cronograma.

3. Publicar nas redes sociais "Antes x Depois" de obras e cards explicativos ("Como funciona o diagnóstico de saneamento rural?") para reduzir ruídos e reforçar a presença no interior.

4. Organizar press trips ou eventos de campo em cidades que receberam Asfalto Novo ou unidades Casa Fácil (ex: Jaguariaíva, Ivaí). Oferecer à mídia o depoimento emotivo de moradores e o visual do "antes e depois" para humanizar a pauta e garantir cobertura positiva.

Data: 11 de julho de 2025

Total de 4 notícias (3 sites, 1 rádio).

Sentimento: Positivo, focado em investimentos e qualidade de vida.

Temas em destaque: Diagnóstico Saneamento Rural (1), Construção de Meu Campinho em Rolândia (1), Investimentos em Ibiporã (1), Liberação de recursos para Foz do Iguaçu (1).

Análise qualitativa: As notícias convergem para a ideia de que a SECID está investindo intensamente em infraestrutura, urbanização e qualidade de vida, com foco em cidades de pequeno e médio porte.

Pontos positivos: Apoio Municipalista (visitas e novos recursos); Melhorias Urbanas e equipamentos de convivência (Meu Campinho); e Grandes Investimentos e obras estruturantes (Foz do Iguaçu). A SECID é protagonista na viabilização.

Pontos de risco: Principalmente relacionados a expectativas de prazos para a conclusão das obras e à politização crescente da figura do Secretário em ano pré-eleitoral.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Enviar release conjunto sobre "transformações regionais", destacando Foz do Iguaçu, Rolândia e Ibiporã como casos emblemáticos de sucesso.

2. Disponibilizar porta-vozes técnicos para explicar o cronograma das pavimentações de Foz, reduzindo especulações. Criar nota técnica sobre o diagnóstico de saneamento, reforçando o prazo de 17/07 para resposta municipal.

3. Oferecer pauta propositiva para veículos regionais: "Como o Paraná pretende eliminar todas as ruas de terra até 2026."

4. Enviar boletim interno ressaltando o impacto regional dos investimentos, valorizando o trabalho das equipes.

5. Nas redes sociais reforçar a ideia de que em todos os dias há avanços locais concretos. Produzir card explicativo sobre Foz do Iguaçu ("O que muda com R$ 18,6 milhões?") e vídeos curtos de antes/depois para obras de impacto (Meu Campinho).

Data: 12 de julho de 2025

Total de 2 notícias (1 rádio, 1 Site).

Sentimento: Positivo, refletindo o forte apelo social das entregas de habitação.

Temas em destaque: Entregas de unidades do Programa Casa Fácil em Irati (46 unidades). Eleições 2026.

Análise qualitativa: A pauta habitacional fortalece a agenda de inclusão social e desenvolvimento urbano, com excelente repercussão pública. A entrega de moradias é percebida como uma ação altamente sensível e emocional.

Pontos positivos: A entrega de 46 novas moradias em Irati traz forte apelo social. O Casa Fácil ganha visibilidade como um dos maiores programas habitacionais do Estado, reforçando planejamento, eficiência e execução da SECID/Governo.

Pontos de risco: A proximidade do período eleitoral (Eleições 2026) exige atenção redobrada para evitar a associação das ações administrativas (entregas) com movimentos de pré-campanha e politização indevida.

Sugestão de sugestões de comunicação: 1. Sugerir matérias sobre o impacto social das 46 casas, incluindo histórias de famílias e dados sobre o déficit habitacional.

2. Comunicar proativamente que o programa Casa Fácil segue com novas entregas já em planejamento.

3. Oferecer porta-vozes técnicos da Cohapar ou SECID para entrevistas aprofundadas sobre a política habitacional do Estado.

4. Publicar vídeos curtos e cards nas redes sociais com dados do programa Casa Fácil (número de casas, investimentos, próximos passos) e histórias dos beneficiários para reforçar a relevância da política habitacional.

5. Produzir sugestões de pauta setoriais para a imprensa regional (releases segmentados por município, vídeos para rádios/TVs locais, fichas técnicas) para garantir a cobertura descentralizada.

Data: 13 de julho de 2025

Não há registro de notícias neste dia.

Data: 14 de julho de 2025

Total de 21 notícias (15 sites, 4 impresso, 2 rádio).

Sentimento: Positivo, focado em grandes anúncios e continuidade de gestão.

Tema predominante: Lançamento do Programa Estadual de Pavimentação sobre Pedras Irregulares (R$ 1 bilhão) (12 notícias).

Outros temas: Casa Fácil em Irati (1), Regularização Fundiária (1), Investimentos em Pato Bragado (1), Eleições 2026 (6).

Análise qualitativa: Forte ênfase em grandes anúncios (R$ 1 bilhão) e na defesa da continuidade da gestão estadual, com o Secretário Guto Silva em destaque. A narrativa dominante valoriza execução, escala de investimento e legado. O tom político (continuidade) é mais evidente.

Pontos positivos: O anúncio de R$ 1 bilhão para pavimentação demonstra capacidade financeira e um movimento de transformação estrutural. A citação a diversos municípios e temas (pavimentação, regularização) reforça a presença da SECID em todo o Paraná. A comunicação reforça uma estratégia de médio prazo ("Estado transformado").

Pontos de risco: Anunciar R$ 1 bilhão gera alta expectativa de entrega rápida; atrasos podem resultar em forte desgaste. Risco de diluição de entregas menores diante do megaprojeto, o que exige valorização das ações locais. Aumento da politização da gestão (Eleições 2026).

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir material explicativo sobre o programa de R$ 1 bilhão, destacando metas, cronograma, abrangência e critérios de seleção dos municípios.

2. Criar série de posts nas redes sociais com "Fase 1, Fase 2, Municípios" para demonstrar que se trata de cronograma e entrega, e não apenas anúncio. Produzir vídeos curtos: "Por que pavimentar ruas de pedra?" (impacto na saúde, mobilidade).

3. Proximidade com a Mídia: Programar visitas de imprensa e influencers regionais às primeiras obras ou municípios-piloto do programa para materializar o anúncio. Sugerir pautas para jornais televisivos (que não tiveram cobertura) para ampliar a repercussão.

4. Enviar briefing interno para equipes regionais da SECID sobre como comunicar o programa, com mensagens-chave e cuidados a evitar (eleitoralização).

5. Monitorar e preparar resposta rápida para publicações críticas sobre "uso político da máquina", incluindo a produção de um FAQ interno com respostas prontas.

Data: 15 de julho de 2025

Total de 101 notícias (84 sites, 11 impresso, 3 TV, 2 rádio, 1 revista).

Sentimento: Positivo, refletindo a alta intensidade e consistência dos anúncios de infraestrutura.

Tema predominante: Lançamento Programa Estadual Pavimentação sobre Pedras Irregulares (55 notícias).

Outros temas: Programas de Urbanização e Infraestrutura (21), Eleições 2026 (18), Investimentos localizados (Boa Esperança, Rebouças, Teixeira Soares).

Análise qualitativa: As matérias são homogêneas na mensagem: grandes investimentos e ações estruturantes. Reforça a narrativa de obras robustas com impacto direto na qualidade de vida, especialmente em municípios pequenos e médios, sustentando a mensagem de entregas concretas.

Pontos positivos: Alta intensidade de boas notícias (investimentos vultosos como R$ 500 mi, R$ 977 mi), reiterando o escopo estadual e a capilaridade dos programas da SECID. O programa "Asfalto Novo, Vida Nova" é consolidado como eixo estruturante, sólido e compreensível, fácil de comunicar ao cidadão. A ênfase nos benefícios diretos ao cidadão (menos poeira, mais saúde) conecta a pauta técnica à experiência cotidiana dos moradores.

Pontos de risco: A grandiosidade dos números exige comprovação. A cobrança sobre a entrega real, cronogramas e execução visível crescerá intensamente. Atrasos, cancelamentos ou falhas em qualquer município podem gerar ruído e se transformar em narrativa negativa amplificada de promessa não cumprida.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Organizar a narrativa "O que muda para o cidadão?" Criar cards e vídeos curtos com mensagens-chave sobre menos poeira/lama, mais acessibilidade e iluminação pública, valorização imobiliária e segurança viária.

2. Publicar listas de municípios contemplados, que podem se tornar infográficos e mapas interativos no site da Secretaria, para dar transparência imediata à abrangência do programa.

4. Produzir reportagens de áudio (audio features) para envio às emissoras de rádio (veículo com baixa visibilidade), garantindo maior penetração do discurso no interior.

Data: 16 de julho de 2025

Total de 55 notícias (29 sites, 24 impresso, 3 TV).

Sentimento: Positivo, focado na continuidade de obras e parcerias.

Tema predominante: Lançamento Programa Estadual Pavimentação sobre Pedras Irregulares (21 notícias).

Outros temas: Contorno de Pato Branco (13), Programas de Urbanização (11), Inauguração da PRC-280 (5), Asfalto Novo em Janiópolis (1), Habitação em Tibagi (1), Investimentos em Foz/Rebouças/Teixeira Soares.

Análise qualitativa: As matérias reforçam a ideia de transformações locais significativas, com ênfase na continuidade de obras e na parceria com os prefeitos. A SECID está consolidada em múltiplos eixos (rodovias, pavimentação, habitação), com uma forte dimensão política de estabilidade e desenvolvimento.

Pontos positivos: Menção a grandes aportes para pavimentação (rural/urbana) e obras de mobilidade estratégica (Contorno de Pato Branco, PRC-280), posicionando a SECID no planejamento de longo prazo. As melhorias em pavimentação e habitação geram valor social e aumentam a qualidade de vida nas cidades.

Pontos de risco: Grandes projetos (contorno, pavimentação) geram altas expectativas e a necessidade de processos licitatórios rápidos, sob risco de paralisação e pressão da opinião pública. Citações a prefeitos e deputados em negociações podem ser interpretadas como uso político dos projetos para fortalecer bases eleitorais.

Sugestão de ações Comunicação: 1. Oferecer pautas para a mídia local (jornais municipais, rádios, portais), mostrando o impacto concreto dos programas.

2. Produzir infográficos e vídeos curtos para redes sociais, mostrando o "antes e depois" projetado de obras de pavimentação e loteamento habitacional.

3. Disponibilizar engenheiros, arquitetos e técnicos da SECID para explicar os detalhes das obras (Contorno de Pato Branco) e do programa habitacional, reforçando a competência técnica institucional.

4. Criar um alerta interno destacando os principais riscos das obras (licitações, licenciamento) e como mitigá-los, subsidiando a assessoria de imprensa.

5. Definir métricas de sucesso (km pavimentados, casas construídas) e produzir relatórios periódicos para avaliação e comunicação de progresso.

Data: 17 de julho de 2025

Total de 79 notícias (72 sites, 7 impresso).

Sentimento: Positivo, focado em obras estruturais e modernização logística.

Tema predominante: Inauguração de lote da PRC-280 (38 notícias).

Outros temas: Visita do governador a obras em Pato Branco (20), Condomínio do Idoso em Arapongas (8), Reunião sobre mobilidade (6), Contorno de Pato Branco (4).

Análise qualitativa: Ênfase em infraestrutura, mobilidade e habitação. As notícias reforçam a imagem de um governo que executa projetos importantes e transforma antigas demandas, com um tom de modernização logística estratégica (PRC-280).

Pontos positivos: A entrega de obras rodoviárias (PRC-280) com melhoria de segurança e durabilidade tem forte apelo junto ao setor produtivo e cidadãos. Projetos como o Condomínio do Idoso em Arapongas demonstram atenção a políticas sociais e bem-estar. Além disso, parcerias entre Estado e prefeitos para projetos estruturais dão legitimidade local e estadual.

Pontos de risco: O apelo de "grandiosidade" eleva as expectativas; atrasos podem gerar forte insatisfação pública. A forte articulação política pode ser interpretada pela oposição como uso eleitoral da máquina de Estado. Risco de questionamento sobre a sustentabilidade financeira para a execução de todos os grandes anúncios.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir e divulgar fichas técnicas e vídeos curtos sobre a tecnologia e durabilidade da PRC-280, focando nos benefícios para o setor produtivo e segurança viária.

2. Sugerir pautas especiais sobre a estrutura e o bem-estar dos moradores do Condomínio em Arapongas, destacando a atenção do governo à população idosa e à qualidade de vida.

3. Divulgar cronogramas transparentes das próximas etapas do Contorno de Pato Branco e do Programa de Pavimentação, mitigando o risco de frustração por atraso na entrega.

4. Agrupar anúncios de pavimentação e habitação em grandes balanços regionais para dar escala e visibilidade às ações conjuntas da SECID.

5. Preparar a comunicação para responder tecnicamente a questionamentos sobre sustentabilidade financeira, reforçando que os projetos são prioridades de Estado e não meramente eleitorais.

Data: 18 de julho de 2025

Total de 46 notícias (39 sites, 7 impresso).

Sentimento: Positivo, focado em entregas sociais e infraestrutura de peso.

Tema predominante: Inauguração do Condomínio do Idoso em Arapongas (28 notícias).

Outros Temas: Visita do governador a obras em Pato Branco (6), Reunião sobre mobilidade (6), Inauguração PRC-280 (4), Contorno Pato Branco (1), Pavimentação em Sengés (1).

Análise qualitativa: As matérias reforçam a imagem de um governo que acelera investimentos e diversifica ações, abrangendo desde engenharia pesada (rodovias) até assistência social (Condomínio do Idoso).

Pontos positivos: A repercussão do Condomínio do Idoso (Arapongas) gera potencial emocional e visibilidade, fortalecendo o Estado como promotor de bem-estar para um público vulnerável. A conclusão do trecho em concreto da PRC-280 demonstra compromisso com modernização, segurança e durabilidade rodoviária, concluindo uma obra viária importante.

Pontos de risco: O volume de notícias pode gerar a sensação de excesso de anúncios simultâneos. A falta de continuidade na divulgação da execução das obras pode gerar dúvidas sobre a capacidade real de entrega.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir conteúdo emocional e humanizado sobre o Condomínio do Idoso (depoimentos, tour guiado) para redes sociais.

2. Produzir vídeos técnicos sobre a construção em concreto da PRC-280, explicando a durabilidade, segurança e economia pública que a técnica proporciona.

3. Sugerir entrevistas para emissoras de rádio com porta-vozes da SECID sobre as entregas. Produzir pauta estruturada para emissoras de TV sobre o Condomínio do Idoso, com personagens.

4. Usar a reunião sobre mobilidade e sustentabilidade (com o deputado Goura) para reforçar a visão de futuro da SECID em projetos urbanos. A sugestão é enviar notas para as colunas políticas dos jornais.

Data: 19 de julho de 2025

Total de 6 notícias (3 impresso, 3 sites).

Sentimento: Positivo, devido ao foco em obras, inclusão social e discurso de resultados.

Temas em destaque: Anúncio de construção da nova unidade da Apae em Cantagalo (2 notícias). Repercussão de entrevista do Secretário (1), Condomínio do Idoso (1), Reunião sobre mobilidade (1), Inauguração PRC-280 (1).

Análise qualitativa: O conjunto de notícias apresenta forte conotação positiva, com foco em obras, inclusão social e discurso político de continuidade e resultados.

Pontos positivos: As ações divulgadas (pavimentação, PRC-280, condomínio, Apae) demonstram um ciclo robusto de investimentos com entregas em todas as regiões. São obras de infraestrutura aliadas a projetos sociais (Apae, Condomínio do Idoso) que reforçam o compromisso com a inclusão e o bem-estar social. As reuniões e anúncios conjuntos reforçam a governança, diálogo e alinhamento entre as esferas, focando no bem comum e nas parcerias políticas.

Pontos de risco: Nenhum risco evidente ou explícito nas matérias, mas obras sociais e educacionais geram pressão futura por prazos de conclusão.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir post para redes sociais com foco no avanço simultâneo dos programas de pavimentação (infraestrutura) e obras sociais (inclusão).

2. Organizar press trips ou eventos de campo em cidades que receberam ações de habitação ou asfalto (ex: Jaguariaíva, Ivaí).

3. Utilizar o anúncio da Apae em Cantagalo para criar pautas sobre o investimento em inclusão e educação especial em parceria com outras instituições estaduais.

Data: 20 de julho de 2025

Total de 1 notícia publicada no site A Gazeta Cidade de Pinhais.

Sentimento: Positivo, refletindo investimento e planejamento.

Tema: Lançamento do Programa Estadual Pavimentação sobre Pedras Irregulares (R$ 1 bilhão).

Análise qualitativa: A matéria reforça a narrativa de investimento, planejamento e cooperação entre Estado e setor produtivo. Demonstra que a SECID possui uma estratégia de longo prazo para urbanização e infraestrutura, focada em programas de escopo amplo e técnico.

Pontos positivos: A divulgação do programa traz um componente de credibilidade técnica forte, com foco em planejamento de engenharia, geração de emprego e uso de tecnologia para uma execução eficiente.

Pontos de risco: Anunciar programas de grande porte exige que a execução acompanhe o discurso. Atrasos ou inexecução podem gerar desgaste reputacional significativo.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Elaborar release para explicar os programas em andamento na SECID (valores, metas e metodologia), com ênfase no impacto social e econômico.

2. Produzir carrossel nas redes sociais destacando os principais programas em andamento (pavimentação, habitação, por exemplo).

3. Criar um kit de informações para prefeitos (slides, PDFs, FAQ) para que possam explicar localmente esses programas aos cidadãos e alinhar a comunicação estadual e municipal.

Data: 21 de julho de 2025

Total de 7 notícias (2 impresso, 5 sites).

Sentimento: Positivo, refletindo ações concretas e visão estratégica.

Temas em Destaque: Investimentos para São João do Triunfo (R$ 12 mi) (2), Nova unidade da Apae em Cantagalo (2), Revitalização da Av. Bento Munhoz (1), Diálogos Metropolitanos (1).

Análise qualitativa: As matérias mostram ações concretas para fortalecer cidades, melhorar infraestrutura e ampliar a governança metropolitana. A combinação de obras locais com a política de cooperação Estado-municípios reforça a imagem de um governo ativo, técnico e comprometido. O debate metropolitano sugere visão estratégica de longo prazo.

Pontos positivos: Anúncios em São João do Triunfo e Cantagalo (Apae) demonstram presença em cidades menores e sensibilidade social. Já o evento "Diálogos Metropolitanos" e a reunião sobre mobilidade e sustentabilidade reforçam o planejamento de longo prazo da SECID em grandes centros. As ações reforçam a imagem de um governo que está executando obras e que tem compromisso com a modernização e a durabilidade.

Pontos de risco: Eles se concentram em atrasos e falhas na execução técnica devido ao volume de projetos, e na necessidade de comunicação pública transparente das fases dos projetos. A SECID tem a oportunidade de consolidar sua reputação como moderna, participativa e eficaz por meio de uma estratégia de comunicação proativa e orientada por resultados.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Oferecer entrevistas e pautas localizadas em São João do Triunfo (R$ 12 milhões) e Cantagalo (Apae), focando no impacto na saúde, educação especial e qualidade de vida.

2. Utilizar a revitalização da Av. Bento Munhoz como exemplo de reforço na mobilidade urbana e segurança viária.

3. Transformar o evento “Diálogos Metropolitanos” em pauta sobre planejamento estratégico, destacando como a SECID coordena o desenvolvimento sustentável em grandes eixos urbanos.

4. Publicar calendário de execução das principais obras, detalhando o status atual (licitação, projeto, obra), para garantir a transparência e reduzir riscos de frustração.

Data: 22 de julho de 2025

Total de 10 notícias (9 sites, 1 impresso).

Sentimento: Positivo, focado em engajamento social e anúncios de investimento.

Temas em destaque: Caminhada contra o feminicídio (4), Viabilização de recursos para 4 municípios (Teixeira Soares, Santa Tereza do Oeste, Virmond e Lidianópolis) (1), Revitalização Av. Bento Munhoz (1), Repercussão reunião Goura (1), Condomínio do Idoso (1), Programa Rota do Progresso (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: Há uma combinação de pautas de mobilização cidadã com anúncios de investimento econômico. A participação do secretário na caminhada contra o feminicídio reforça uma agenda de direitos humanos e cidadania.

Pontos positivos: A participação do órgão na caminhada contra o feminicídio demonstra apoio a causas sociais sensíveis e reforça a imagem de um governo que se engaja com a cidadania. Importante a representação da SECID no programa "Rota do Progresso", pois é uma ação que injeta recursos nos municípios, impulsionando projetos econômicos e geração de empregos.

Pontos de risco: O grande volume de investimento gera expectativa de resultados concretos e rápidos; falhas ou lentidão na execução podem gerar críticas. O apoio à causa do feminicídio exige continuidade para demonstrar comprometimento real, e não apenas simbólico.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar um painel interno (com status, prazos e execução) em parceria com outras unidades da Secretaria para monitoramento de projetos em andamento no estado, subsidiando a comunicação.

2. Aproveitar o fim de julho para divulgar um balanço da primeira etapa de 2025 e as prioridades para o segundo semestre. Agendar um café da manhã com jornalistas para apresentar os dados da alta gestão.

3. Elaborar ações de conscientização sobre o feminicídio (comunicação interna) e criar postagens nas redes sociais sobre o tema, demonstrando comprometimento contínuo para além da mobilização do dia.

4. Para as redes sociais, destacar a participação da SECID no Casa da Mulher Paraense.

5. Usar a notícia do Rota do Progresso para associar a ações da SECID e gerar pautas sobre o impacto econômico da presença do governo do estado no interior.

Data: 23 de julho de 2025

Total de 44 notícias (apenas sites).

Sentimento: Positivo, focado em anúncios de investimento e presença territorial.

Tema predominante: Liberação de recursos para obras em 19 municípios (16 notícias).

Outros temas: Segurança Pública na Região Oeste (10), Caminhada Feminicídio (3), Atuação Dep. Artagão (3), Investimentos diversos (Virmond, Borrazópolis, Querência do Norte etc.).

Análise qualitativa: Alto volume de anúncios de investimentos, obras urbanas e pavimentação, com forte capilaridade municipal (Oeste, Noroeste, Campos Gerais). O reforço em segurança pública (diálogo comunitário) complementa a agenda.

Pontos positivos: O foco em 19 municípios reforça a narrativa de governo presente em diversas regiões do Estado. Todas as matérias (exceto segurança) tratam de entregas concretas (recursos liberados, convênios), demonstrando eficiência e avanço na infraestrutura urbana.

Pontos de risco: Concentração em pavimentação pode gerar sensação de repetição de notícias. A constante presença de nomes políticos (Artagão e aliados) aumenta o risco de leitura eleitoral das ações de gestão.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar um acervo de fotos de obras em execução (mostrar o "projeto saindo do papel") para garantir que o público veja a execução e não apenas o anúncio.

2. Fazer divulgação segmentada (mídia regional) sobre a liberação de recursos para obras nos 19 municípios beneficiados.

3. Marcar/gravar entrevistas com porta-vozes da SECID nas emissoras de rádio dos 19 municípios beneficiados, enviando o material já editado para facilitar a veiculação.

4. Nas redes sociais, postar carrossel com as ações separadas pelos 19 municípios, garantindo visibilidade individualizada e reforçando o compromisso com cada cidade.

Data: 24 de julho de 2025

Total de 73 notícias (56 web, 15 impresso, 2 rádio).

Sentimento: Positivo, refletindo entregas de bem-estar social.

Tema predominante: Entrega de unidades habitacionais do Programa Casa Fácil em Andirá e Santo Antônio de Platina (47 notícias).

Outros temas: Liberação de R$ 65 milhões para 19 municípios (15), Segurança Pública (Missão Paraná, Sinergia 2), Pavimentação (Janiópolis, Santa Fé).

Análise qualitativa: O governo é visto como provedor direto de bem-estar social com entregas concretas. A forte presença do governador e a mídia regional reforçam o impacto prático para famílias de baixa renda.

Pontos positivos: A entrega de moradias gera apelo emocional, reforçando a narrativa de dignidade e estabilidade para famílias de baixa renda. O anúncio de R$ 65 milhões em obras para 19 municípios confirma a imagem de gestão descentralizada que responde a demandas regionais. Já a pauta de segurança (Missão Paraná) adiciona credibilidade e profundidade à narrativa governamental, mostrando integração institucional.

Pontos de risco: A narrativa fortemente centrada no governador e secretários pode gerar desgaste ou questionamentos sobre personalismo ou falta de equilíbrio regional.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Explorar storytelling humano nas entregas habitacionais, focando em histórias reais de transformação e pertencimento para ampliar a empatia.

2. Sugerir entrevistas em rádio, alternando porta-vozes e incluindo técnicos da SECID para mitigar a percepção de personalismo.

3. Produzir releases com marcadores de impacto acumulado ("X mil famílias atendidas pelo Casa Fácil") para construir a percepção de escala e continuidade.

4. Usar a pauta de segurança pública para divulgar ações da SECID voltadas à segurança urbana (ex: iluminação pública, Meu Campinho).

5. Mostrar equipes técnicas trabalhando e aspectos operacionais para transmitir autenticidade e reforçar a imagem de gestão competente nas redes sociais.

6. Criar peças que conectem as ações espalhadas pelos municípios, fortalecendo a ideia de que o governo tem uma estratégia integrada.

Data: Dia 25 de julho de 2025

Total de notícias: 7 notícias (5 web, 2 impresso)

Temas em destaque: Liberação de recursos para obras em 19 municípios (3 notícias), Entrega de unidades habitacionais do programa Casa Fácil (4 notícias).

Sentimento geral: Positivo, demonstrando a forte presença territorial da SECID.

Análise qualitativa: O dia mantém o padrão de forte presença do Governo do Estado nas agendas de habitação, pavimentação, infraestrutura urbana e rural, mostrando continuidade das entregas e reforçando a capilaridade da SECID e do programa Asfalto Novo, Vida Nova.

Pontos positivos: O conjunto das notícias reforça uma mensagem de "Estado que entrega" e constante presença no território. Isso fortalece a SECID e seus representantes, especialmente o secretário Guto Silva como articulador técnico e político, com discurso sobre planejamento, eficiência e parceria com os municípios.

Pontos de risco à imagem: A recorrência de grandes anúncios de recursos e obras pode gerar leitura de repetição ou de discurso governamental amplificado, especialmente quando aparecem valores muito altos todos os dias. Além disso, autorizações de licitação ou anúncios de recursos podem ser interpretados como "entregas incompletas". Caso alguma obra atrase, isso se torna ponto crítico de ataque.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Na produção de conteúdo para as redes sociais, alternar entre grandes valores e histórias humanas. No caso do Casa Fácil, trazer vídeos e depoimentos de famílias para evitar a monotonia e ampliar a empatia.

2. A iluminação LED é um tema que pode render excelente narrativa sobre economia, eficiência energética e segurança. Reforçar isso em posts e releases.

3. Criar releases e postagens nas mídias sociais com artes e materiais segmentados por região (Norte Pioneiro, Campos Gerais, Sudoeste etc.) mostrando o impacto local.

Data: 26 de julho de 2025

Total de 1 notícia (Site Folha do Norte).

Sentimento: Positivo, refletindo o comprometimento com a habitação popular.

Tema: Entrega de imóveis do Programa Casa Fácil em Andirá (134 unidades).

Análise qualitativa: A matéria demonstra o comprometimento institucional com a habitação popular. O programa é apresentado como peça-chave na estratégia habitacional do Estado, beneficiando famílias de baixa renda e comprovando a ampla capilaridade da SECID.

Pontos positivos: A notícia ressalta a conquista da casa própria por 134 famílias graças a um subsídio de entrada de até R$ 20 mil (total de R$ 2 milhões). Isso reforça o Casa Fácil como mecanismo de inclusão social real e forte apelo público.

Pontos de risco: Nenhum risco explícito, mas o foco exclusivo na etapa de subsídio exige continuidade da comunicação para mostrar o progresso das obras e as próximas entregas, mantendo a credibilidade do programa.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir vídeos curtos emocionais com algumas das 134 famílias, focando no impacto da entrada subsidiada e no "sonho da casa própria" para humanizar a pauta.

2. Criar posts nas redes sociais com fotos das casas e gráficos simples do subsídio, utilizando frases de impacto como "134 famílias têm agora seu lar" para reforçar a dimensão social do programa.

3. Sugerir pauta sobre os próximos municípios a serem beneficiados pelo subsídio do Casa Fácil, reforçando a continuidade e a abrangência da política habitacional.

4. Enviar release para veículos do setor da construção civil, destacando o impacto do programa no fomento econômico e na geração de empregos.

Data: 27 de julho de 2025

Não há registro de notícias neste dia.

Data: 28 de julho de 2025

Total de 2 notícias (1 web, 1 impresso).

Sentimento: Positivo, refletindo apoio do governo em infraestrutura local.

Temas: Liberação de R$ 2 milhões para pavimentação em Contenda (1 notícia), Eleições 2026 (1 notícia).

Análise qualitativa: Combinação de notícia política-eleitoral e pauta de infraestrutura local. O destaque é o apoio do governo estadual para obras em municípios menores, como Contenda, reforçando o papel do Estado como provedor de infraestrutura essencial.

Pontos positivos: A notícia sobre Contenda (R$ 2 milhões) demonstra o apoio contínuo do governo estadual a obras em municípios menores. A pavimentação é uma demanda concreta e básica, reforçando a atuação da SECID como provedora de infraestrutura essencial.

Pontos de risco: A cobertura das pré-candidaturas ao governo do estado em 2026 pode gerar desgaste ou reclamações de parcialidade na imprensa, exigindo cautela na comunicação.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar um caderno de ações da SECID por município, com informações detalhadas, para subsidiar a equipe e permitir a sugestão de pautas segmentadas por região e por público.

2. Publicar conteúdo de valorização dos servidores nos canais internos (Intranet, Newsletter), reforçando o papel da equipe na viabilização de projetos como o de Contenda.

3. Produzir release e áudio focados no impacto da pavimentação em Contenda (ex: redução de poeira, valorização, saúde), enviando para a mídia local e rádios da região.

4. Preparar FAQ interno com respostas técnicas a perguntas sobre o uso de recursos públicos em ano pré-eleitoral, reforçando a continuidade dos programas de Estado.

Data: 29 de julho de 2025

Total de 3 notícias (web)

Sentimento: Positivo, reforça a atuação da SECID em infraestrutura urbana e habitação social.

Temas: Ampliação da Praça Ângelo Agostini (2 notícias), Projetos para Paranaguá (1 notícia)

Análise qualitativa: Há espaço para narrativa de modernização social (moradia para diversos perfis) e de valorização de espaços públicos, o que fortalece o posicionamento do Governo como gerador de valor territorial. Ao mesmo tempo, há risco moderado de leituras políticas, já que esses anúncios podem ser interpretados como parte de um projeto maior de poder ou imagem.

Pontos positivos: O anúncio sobre a ampliação da praça sinaliza atenção do Estado para a convivência comunitária, lazer e melhoria urbana de cidades menores. É um projeto tangível, facilmente compreendido pelos cidadãos, e tem forte apelo simbólico de "investir em gente", não só em asfalto ou infraestrutura pesada.

Pontos de risco de imagem: Anúncios pontuais de investimentos em municípios específicos podem provocar uma onda de reclamação sobre falta de atenção para outras cidades, o que gera risco reputacional para a SECID.

Sugestões de ações de comunicação: 1. Compartilhar com as equipes técnicas e de comunicação o plano de Marumbi e Paranaguá, com mensagens-chave, cronograma e riscos identificados.

2. Realizar pequena oficina com servidores para que todos entendam a importância estratégica política e social dos projetos em andamento na SECID e alinhar as informações.

3. A partir da entrevista do secretário sobre ações para Paranaguá, produzir releases com as informações concretas sobre a iniciativa.

Data: 30 de julho de 2025

Total de 1 notícia publicada no Blog Olho Aberto Paraná

Sentimento: Positivo, fortalecendo a atuação da SECID em infraestrutura urbana.

Tema: Ampliação da Praça Ângelo Agostini

Análise qualitativa: O destaque é o apoio contínuo do governo estadual a obras em municípios menores, reforçando o papel do Estado como provedor de infraestrutura essencial.

Pontos positivos: A notícia demonstra o apoio a demandas concretas e básicas em municípios menores, fortalecendo a SECID como provedora de infraestrutura essencial.

Pontos de risco: Não há ponto de risco encontrado nos registros do dia.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Levantar informações sobre a destinação de recursos da SECID voltados para obras em praças públicas. E, a partir desses dados, produzir releases para a imprensa.

2. Os mesmos dados podem ser úteis para a produção de cards para as redes sociais.

3. Verificar se as regras de aposição de placas nas obras com recursos da SECID estão sendo cumpridas pelos municípios. Essa é uma maneira de também dar visibilidade às ações da Secretaria.

Data: 31 de julho de 2025

Total de 1 notícia publicada no site Politiza Brasil

Sentimento: Positivo, refletindo o avanço de uma obra estrutural.

Tema: Nova etapa e avanço da obra do Contorno de Pato Branco.

Análise qualitativa: A matéria foca no progresso de uma obra estruturante de mobilidade e logística. Reforça o compromisso do governo com projetos de grande porte que visam a segurança viária e o desenvolvimento regional, aliviando o trânsito pesado no perímetro urbano.

Pontos positivos: Fortalece a imagem da SECID como executora de obras de logística complexas. A obra melhora a segurança, a logística e a qualidade de vida dos moradores ao desviar o tráfego pesado da cidade.

Pontos de risco: Obras de contorno rodoviário são de alto custo e longo prazo. Qualquer atraso no cronograma ou aumento de custo pode gerar insatisfação e questionamentos da oposição ou da mídia sobre a gestão do projeto.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Sugerir entrevistas para jornais impressos e rádios regionais com porta-vozes da SECID/DER. A pauta deve focar nos benefícios logísticos (fluxo de mercadorias, economia de tempo) e de segurança viária que o contorno trará à região.

2. Criar um post ou carrossel com o tema "Contorno de Pato Branco: o que muda para a cidade?". Utilizar mapas simples e ícones para ilustrar: 1) Mais segurança na área urbana, 2) Menos congestionamento,

3. Enviar um release específico para veículos de economia e agronegócio do Sudoeste do Paraná, destacando como o contorno reduzirá o custo logístico e melhorará a competitividade das empresas da região.

Data: 1º de agosto de 2025

Total de 24 notícias (todas web)

Sentimento: Positivo, focado em inclusão social e investimentos estruturais.

Tema predominante: Andamento da obra da Apae de Piên (21 notícias).

Outros temas: Investimentos em pavimentação em Ivaí (1), Prédios da Apae em Cambira, Ariranha, Kaloré e Rio Branco e outras cidades (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: No noticiário do dia, o governo demonstra articulação em frentes de alto impacto social (APAEs), com um modelo de parceria inovador (Estado constrói, município cede terreno). A pauta APAE gera alto valor simbólico e emocional.

Pontos positivos: A cobertura sobre as APAEs é particularmente potente, pois apresenta depoimentos reais, histórias de vida e conexão direta com famílias de pessoas com deficiência - elementos que ampliam a legitimidade das ações da SECID. O destaque também vai para a prioridade na pavimentação rural, fortalecendo a presença da SECID no interior e o apoio ao agronegócio e comunidades rurais.

Pontos de risco: O grande número de obras sociais em fases variadas (algumas com 13% de execução) e o projeto de Ivaí (em documentação) exigem transparência e cumprimento de prazos, sob risco de frustração pública em pautas sensíveis. O tema eleitoral exige cuidado para que os anúncios sociais e de infraestrutura não sejam interpretados como ações de pré-campanha, mas sim como políticas de Estado.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar um Mapa Interativo (online) ou um infográfico periódico com o status de execução das 17 novas sedes da APAE (porcentagem da obra, previsão de entrega e valor investido).

2. Elaborar série de releases regionais sobre as APAEs, com foco em cada cidade contemplada, elencando dados de obra, depoimentos e previsão.

3. Produzir uma série de vídeos/posts com o tema "O Sonho da sede própria - Inclusão em Ação", destacando os depoimentos de pais e alunos e os benefícios da nova estrutura.

4. Sugerir pauta para emissora de TV sobre "o que muda com as novas APAEs no Paraná". A ideia é transformar números em impacto humano, relatando o aumento da capacidade de atendimento, as especialidades oferecidas, melhorias pedagógicas e terapêuticas e o potencial de impacto na vida dos beneficiados.

5. Criar cards e vídeos curtos que expliquem o modelo Paraná de Apoio à APAE.

Data: 2 de agosto de 2025

Total de 2 notícias, publicadas nos jornais Umuarama Ilustrado e O Regional, de Piên.

Sentimento: Positivo, com forte apelo social e institucional

Temas: Reinauguração de ponto sob o rio Paracaí e Andamento da obra da Apae de Piên

Análise qualitativa: Os textos demonstram a versatilidade da atuação da SECID: de um lado, resolve gargalos logísticos e de integração regional (Ponte no Rio Paracaí); de outro, atua profundamente na pauta de inclusão e dignidade humana (APAE). A narrativa reforça o municipalismo (parceria com prefeitos) e a capacidade do Estado de viabilizar obras que as prefeituras não conseguiriam sozinhas.

Pontos positivos: A ponte simboliza a união de municípios e o escoamento da produção, uma entrega tangível de R$ 881 mil. Já o texto da APAE é rico em storytelling, mostrando como o investimento de R$ 2,9 milhões muda a vida de famílias. O programa de construção de 17 escolas é posicionado como uma ação inédita e inovadora do Paraná

Pontos de risco: Como a SECID é uma pasta com muita capilaridade e com muitas obras e ações sob sua responsabilidade, pode ocorrer pressão em relação ao cronograma de obras e a entrega de resultados.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Para as redes sociais, produzir vídeo (se possível com uso de drone) sobre a ponte em São Jorge do Patrocínio, mostrando o fluxo liberado e depoimentos rápidos de agricultores sobre a agilidade no escoamento. As imagens também podem ser cedidas para emissoras de tv.

2. Utilizar a inauguração da ponte para pautar editorias de Política e/ou Economia sobre o modelo de cofinanciamento (Estado + contrapartida Municipal + emendas).

3. Propor entrevistas com porta-vozes da SECID para emissoras de rádio e blogs regionais. Essa estratégia amplia o alcance das ações. E, cada entrevista, pode gerar repercussão nos sites das mídias locais.

4. Há muitos dias não se registra notícias nos veículos de comunicação sobre o programa Meu Campinho. Vale atualizar os dados ou produzir material sobre o impacto dessa iniciativa na vida das pessoas. O anúncio de novas ações deve ocorrer em paralelo ao reforço de ações consolidadas da SECID. Isso fortalece o órgão.

5. Fortalecer os canais de comunicação interna, com a publicação de depoimentos dos responsáveis pelas obras em andamento. É uma iniciativa que valoriza os servidores.

Data: 3 de agosto de 2025

Total de 1 notícia, publicada na Tribuna SC

Sentimento: Positivo, com forte apelo emocional e de inclusão social

Tema: Andamento da obra da Apae de Piên

Análise qualitativa: O texto retira a SECID do lugar comum de "obras de concreto" e a posiciona como agente de dignidade humana. A narrativa constrói um contraste poderoso entre a precariedade atual e o futuro promissor.

Pontos positivos: O texto traduz R$ 2,9 milhões em benefícios tangíveis. A presença de personagens reais gera empatia imediata. E, ao listar outras cidades (Altamira do Paraná, Douradina etc.) e seus percentuais de execução, prova-se que não é um caso isolado, mas uma política de Estado consistente.

Pontos de risco: A previsão de entrega para o 1º trimestre de 2026 coincide com o período pré-eleitoral. Qualquer atraso pode empurrar a inauguração para a zona de vedação, impedindo a capitalização política da entrega.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Não esperar a obra acabar. Produzir um vídeo curto para redes sociais intercalando imagens da situação atual (mostrar os gargalos de acessibilidade citados, como a entrada pela cozinha) com o projeto 3D/Render da nova sede. O mote pode ser "dignidade não é promessa, é obra em andamento".

2. Produzir releases regionalizados para regiões de outras cidades que têm obras em andamento da Apae, como Douradina (77%) e Prado Ferreira (62%).

3. Criar uma campanha de vídeos curtos, para os canais internos, onde se rastreia o "caminho do processo". Pega-se uma obra entregue e entrevista-se quem cuidou da licitação, quem analisou o jurídico, quem fez o empenho financeiro e o engenheiro fiscal. A ideia é passar a mensagem que a obra não acontece só no canteiro, ela começou na mesa de um servidor.

4. Ainda para a comunicação interna e valorização dos servidores, levar servidores do setor administrativo, aqueles que raramente deixam a sede da SECID, para a inauguração ou vistoria de uma obra no interior, de preferência acompanhando a agenda da alta gestão.

5. Realizar um evento periódico de 30 minutos onde um setor apresenta uma solução inovadora que implementou. O objetivo é aumentar a integração e valorizar as pequenas vitórias técnicas que não saem no jornal, mas que fazem a máquina girar.

Data: 4 de agosto de 2025

Não há registro de notícias neste dia.

Data: 5 de agosto de 2025

Total de 77 notícias (71 web, 3 impresso, 2 rádio e 1 revista)

Sentimento: Positivo, com ênfase nos investimentos em infraestrutura.

Tema predominante: Liberação de recursos para pavimentação entre Colombo e Rio Branco do Sul (40 notícias)

Outros temas: Ações do programa Asfalto Novo, Vida Nova (36), Retorno de obra do CMEIs em Apucarana (1)

Análise qualitativa: A cobertura consolida o foco nos pequenos municípios para a resolução de gargalos em grandes centros urbanos. A mensagem central é a "universalização" da pavimentação (meta de 100% de ruas asfaltadas em diversas cidades), apoiada por uma capacidade financeira robusta (R$ 550 milhões em um dia). Além disso, a pauta combina o apelo emocional ("tirar o pé da lama") com o argumento econômico/logístico (acesso ao porto e escoamento de minérios).

Pontos positivos: A escala dos valores anunciados projeta uma imagem de Estado com saúde financeira e alta capacidade de investimento. Ao focar em metas claras ("acabar com as ruas de terra"), a comunicação cria um marco de gestão fácil de ser compreendido pela população. A segmentação dos anúncios (um evento para RMC e outro para Interior) permitiu dar protagonismo aos prefeitos locais, fortalecendo a base municipalista. Destaque para a pauta de Rio Branco do Sul, que conecta a pavimentação rural diretamente à competitividade das empresas de calcário, reforçando que o asfalto gera riqueza e não apenas conforto.

Pontos de risco: A promessa de "100% das ruas asfaltadas" em cidades grandes e complexas como Almirante Tamandaré e Colombo é ousada e carrega alto risco de execução, gerando frustração futura. O volume massivo de anúncios simultâneos (R$ 550 milhões somados ao R$ 1 bilhão anterior) pode saturar a percepção pública, fazendo com que os números pareçam abstratos ou puramente eleitoreiros se as máquinas não forem vistas nas ruas rapidamente.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Levantar dados sobre quais cidades já estão 100% pavimentadas ou próximas de alcançar esse índice. Em seguida, sugerir pautas sobre o assunto para os veículos de comunicação, abordando especialmente o impacto na vida das pessoas.

2. Associado ao programa Asfalto Novo, Vida Nova, há o programa Ilumina Paraná. Sugerir matérias sobre a economia nas contas de energia proporcionada aos municípios já beneficiados pela substituição das lâmpadas e/ou a projeção do quanto se pode economizar.

3. Fazer divulgação regionalizada, por municípios beneficiados para ampliar a percepção sobre a importância do anúncio.

4. Aproveitar o investimento em Rio Branco do Sul e Paranaguá para pautar editorias de Economia. O foco não deve ser o asfalto em si, mas a redução do "Custo Paraná", a agilidade no frete do calcário e o acesso ao Porto.

5. Entregar aos gestores de municípios contemplados com ações da Secretaria pacote de assets digitais (vídeos, cards, mensagens-chave) padronizados para garantir que, quando eles divulgarem a obra em suas redes locais, as marcas do Governo do Estado e da SECID estejam presentes e alinhadas.

6. Com a promessa de "fim das ruas de terra", haverá moradores de áreas irregulares ou não contempladas reclamando. É essencial ter um protocolo de resposta (FAQ) explicando os critérios técnicos de elegibilidade das vias para evitar crises localizadas.

7. É importante planejar uma agenda de entregas mensais da SECID. Assim, a assessoria de comunicação poderá preparar, com alguma antecedência, as ações de divulgação, inclusive com a segmentação necessária para dar mais visibilidade aos resultados.

8. Já sugerimos anteriormente a produção de reportagens em áudio (para envio às emissoras) das pautas mais relevantes da SECID. O mesmo pode ser feito para programas em vídeo. É importante registrar imagens (na horizontal) de cobertura e entrevistas para enviar como sugestão às emissoras e também aos blogs, que podem usá-las em suas redes sociais, aumentando a visibilidade das ações.

Data: 6 de agosto de 2025

Total de 51 notícias (30 web, 11 rádio, 9 impresso, 1 TV)

Sentimento: Positivo (com ponto de atenção crítico).

Tema predominante: Programa Asfalto Novo, Vida Nova (22 notícias).

Outros temas: Inauguração de viadutos sobre a BR-376 (11), Liberação de recursos para pavimentação entre Colombo e Rio Branco do Sul (10), Eleições 2026 (2), Agenda do secretário (1), Encontro sobre integração metropolitana (1), Assembleia itinerante (1), Contrato com o Google (1), Reunião do secretário com Pimentel (1), andamento da obra da Apae em Piên (1).

Análise qualitativa: O dia é marcado pela materialização do discurso de "canteiro de obras". A inauguração dos viadutos em Sarandi serve como prova social de que o Governo entrega o que promete, validando os novos anúncios vultosos para Ponta Grossa (R$ 160 mi) e Paranaguá (eco do dia anterior). Há, contudo, uma dissonância narrativa trazida pela matéria crítica sobre a parceria Google/Celepar, que, embora não cite a SECID diretamente, questiona a soberania digital da administração pública, um tema sensível para projetos de Cidades Inteligentes.

Pontos positivos: A entrega dos viadutos em Sarandi (R$ 40 mi) é o ativo mais forte do dia. Transforma números de planilha em concreto e fluidez de trânsito, servindo de "vacina" contra a descrença em relação aos novos anúncios bilionários.

Pontos de risco: A matéria critica o "controle do Google" na gestão pública exige atenção. Se a SECID usar ferramentas dessa parceria para gestão urbana ou dados de cidadãos, pode se tornar alvo de questionamentos sobre privacidade e dependência tecnológica.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir vídeo com imagens de drone comparando o trânsito travado (arquivo) com a fluidez atual nos novos viadutos de Sarandi. Como mensagem-chave, pode utilizar "o trânsito destravou, a vida avançou".

2. Voltar a Sarandi para produzir conteúdo sobre a mudança no trânsito após a liberação dos viadutos. Mostrar como a obra impacta positivamente na vida das pessoas. O release pode informar, por exemplo, quantos carros circulam no local e em quanto tempo, fazendo o comparativo com a situação anterior.

3. Para sustentar o anúncio de R$ 160 milhões em Ponta Grossa, sugerir que a Prefeitura ou a SECID divulguem a lista dos bairros ou principais avenidas contempladas

Data: 7 de agosto de 2025

Total de 102 notícias (98 web, 3 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com percepção de entrega, volume de investimentos e articulação institucional.

Tema predominante: Entrega de honraria da PM a autoridades (52 notícias)

Outros temas: Inauguração de viadutos sobre a BR-376 (30), Andamento de obras do Asfalto Novo, Vida Nova (16), Regularização de áreas escolares em Colombo (2), Encontro de integração metropolitana (1), Pavimentação de Colombo até Rio Branco do Sul (1).

Análise qualitativa: A narrativa evolui da "promessa de obra" para a "meta de universalização". O destaque para cidades próximas de 100% de pavimentação cria um poderoso selo de eficiência para a gestão.

Pontos positivos: A criação do conceito de cidades 100% asfaltadas torna tangível o sucesso do programa Asfalto Novo, Vida Nova de forma irrefutável. Já os valores destinados para Colombo (R$ 80 mi) e a previsão para Ponta Grossa (R$ 160 mi) reforçam a robustez financeira da SECID.

Pontos de risco: Ao falar em "100% de pavimentação", a atenção se volta para as ruas que não serão feitas. Moradores dessas áreas podem se sentir excluídos, gerando ruído localizado.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir um release com foco estadual, informando o valor global de investimentos atingido pelo Asfalto Novo, Vida Nova, destacar números consolidados, incluir mapa, percentuais, etapas concluídas. Em seguida, enviar para redações regionais e nacionais.

2. Propor entrevistas para rádios regionais destacando a infraestrutura como transformação social. Pode utilizar a fala já publicada do secretário ("mais saúde, segurança e dignidade").

3. Produzir vídeos curtos, de 20–30 segundos, para as redes sociais, mostrando como o programa de pavimentação urbana está transformando cidades do Paraná.

4. Criar carrossel, informando quanto cada cidade vai receber para as ações do programa Asfalto Novo, Vida Nova.

5. Produzir post humanizado com foco nas famílias residentes nas ruas beneficiadas, abordando segurança, acesso, saúde, valorização dos bairros.

Data: 8 de agosto de 2025

Total de 25 notícias (13 web, 6 impresso e 6 rádio)

Sentimento: Positivo, mas com um ponto de atenção crítico.

Tema predominante: Andamento de obras do programa Asfalto Novo, Vida Nova (8 notícias)

Outros temas: Entrega de honrarias da PM (4), Eleições 2026 (4), Pavimentação entre Colombo e Rio Branco do Sul (3), Inauguração de viadutos em Sarandi (2), Regularização de áreas escolares em Colombo (1), Contrato com o Google (1), Liberação de recursos para a Região Oeste (1), Anúncio de Laboratório de Biotecnologia em Castro (1).

Análise qualitativa: O noticiário do dia demonstra o ritmo incansável de entregas e anúncios da SECID, mantendo a Secretaria no centro das atenções, mesmo após a intensa semana de R$ 550 milhões.

Pontos positivos: A repetição da manchete sobre as "11 cidades perto de 100%" cria uma narrativa de sucesso administrativo e de curto prazo. A repercussão da honraria da PMPR, por sua vez, e das obras de Sarandi consolida a imagem do secretário como um gestor de resultados técnicos e com bom trânsito institucional.

Pontos de risco: A menção ao nome de Guto Silva (à época, secretário de Planejamento) em um ofício que teria balizado decisões sobre o Google Workspace vincula a imagem da SECID – e, por extensão, de sua liderança – à polêmica de contratação sem licitação e falhas de LGPD.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Explorar a estratégia de "clusterização" temática, trabalhando com releases para Imprensa por grandes grupos de temas, como mobilidade, pavimentação e modernização urbana. Dessa forma, pode voltar a assuntos já divulgados, reforçando a imagem institucional.

2. Produzir vídeo de animação sobre o impacto das obras de pavimentação, por exemplo "o que mudam 221 km de ruas pavimentadas?".

3. Preparar uma nota técnica que diferencie o uso de ferramentas de produtividade de gestão de dados sensíveis e defenda o cumprimento integral da LGPD em todos os convênios da SECID.

4. Criar uma série semanal sobre as entregas da semana, nos canais internos, para dar visibilidade às equipes envolvidas.

Data: 9 de agosto de 2025

Total de 8 notícias (5 impresso e 3 web)

Sentimento: Positivo, com um episódio de repercussão negativa relacionado a tema policial/administrativo, porém sem associação direta à SECID.

Temas: Anúncio de investimentos em Londrina (3), Pavimentação entre Colombo e Rio Branco do Sul (2), Andamento do programa Asfalto Novo, Vida Nova (1), Entrega de honrarias de PM (1) e Decisão do STJ sobre prefeito de Curitiba (1).

Análise qualitativa: A pauta do dia é a repetição estratégica do case de sucesso, transformando a estatística de "11 cidades" no ponto central da comunicação. Isso reforça a imagem da SECID como uma pasta que não apenas anuncia, mas mede e demonstra resultados concretos.

Pontos positivos: O anúncio da liberação de recursos para Londrina é um ativo importante, pois conecta a SECID à pauta de qualidade ambiental e urbanismo em uma das maiores cidades do Estado, mostrando que a atuação vai além do asfalto (infraestrutura verde). A repetição do anúncio da estrada Colombo/Rio Branco do Sul mantém o foco na integração metropolitana e no apoio à logística.

Pontos de risco: A pauta do Asfalto Novo, Vida Nova é dominante há dias. Embora positiva, há um risco de fadiga do tema. É crucial começar a intercalar com outras pautas (habitação, saneamento).

Sugestão de ações de comunicação: 1. Sugerir matérias especiais para os veículos de Imprensa. Por exemplo: "Como vivem as cidades que chegaram a 100% de pavimentação urbana?" e "O antes e depois da pavimentação no interior do Paraná".

2. Produzir um vídeo curto (15-30s) utilizando fotos e depoimentos das cidades que atingiram 100% do asfalto (Pinhal do São Bento, Jesuítas). O foco deve ser na mudança de vida, não na engenharia, explorando o apelo emocional da dignidade, humanizando a narrativa.

3. Nos primeiros dias de agosto, a pauta do saneamento saiu do noticiário. No entanto, vale produzir release sobre o andamento do diagnóstico anunciado na 10ª Assembleia Microrregional para o mundo rural.

4. Elaborar um release detalhado sobre o investimento no Lago Igapó II, citando como a obra contribui para a saúde pública, lazer e drenagem urbana de Londrina. Sugerir entrevista com técnicos sobre a obra.

Data: 10 de agosto de 2025

Total de 3 notícias (2 web e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, com ênfase nas ações da SECID.

Temas: Liberação de recursos para programa Asfalto Novo, Vida Nova (2 notícias), Pavimentação em Sertaneja (1)

Análise qualitativa: O noticiário do dia opera como uma ressonância estratégica dos grandes pacotes anunciados na semana anterior. A repetição do anúncio de R$ 293,7 milhões para a RMC garante que a SECID mantenha uma presença positiva na mídia, prolongando a vida útil da notícia de alto impacto. O destaque para Sertaneja atingindo 100% de pavimentação urbana é um ativo valioso. Ele valida a tese da gestão de que o programa é universal e atende tanto as grandes metrópoles quanto os municípios menores, combatendo qualquer percepção de que o foco estaria apenas nas capitais.

Pontos positivos: A sustentação da pauta de anúncios importantes (RMC) prolonga a cobertura positiva, garantindo que a SECID continue associada a grandes investimentos. O foco em Sertaneja reforça a credibilidade da meta de 100% de pavimentação, provando que o benefício alcança a base da pirâmide municipal.

Pontos de risco: O baixo volume de notícias e a natureza repetitiva do conteúdo indicam que a grande onda de cobertura do pacote de R$ 550 milhões está passando. A comunicação agora depende da visibilidade das obras em execução ou de um novo grande anúncio.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Propor entrevistas com porta-vozes da SECID para rádios locais e jornais metropolitanos para reforçar a mensagem de transformação social e infraestrutura.

2. A comunicação deve estar pronta para transformar imediatamente o próximo passo burocrático (ex: lançamento do edital de licitação em Almirante Tamandaré) na próxima manchete.

3. Para as redes sociais (Stories / Reels), produzir vídeos com depoimentos dos moradores de Sertaneja sobre o que vai mudar quando a cidade tiver 100% de vias asfaltadas.

4. Reforçar a divulgação das ações em andamento na SECID nos canais de comunicação interna.

Data: 11 de agosto de 2025

Total de 8 notícias (6 rádio e 2 web)

Sentimento: Misto, com tendência positiva.

Temas: Eleições 2026 (3 notícias), Inauguração dos viadutos em Sarandi (2), Reforma Jardim Botânico de Londrina (2), Reunião com diretores de escolas de Foz do Iguaçu (1).

Análise qualitativa: As notícias são majoritariamente construtivas e associadas a entregas do Governo do Estado. Contudo, há um componente político-eleitoral evidente nas notícias sobre eleições, que exigem cautela na comunicação institucional.

Pontos positivos: A presença do secretário em eventos de Educação e Meio Ambiente/Lazer (Londrina) mostra que a SECID não está isolada e atua em pautas sociais e ambientais. Já a repercussão dos viadutos de Sarandi (Texto 2) reforça a credibilidade da gestão.

Pontos de risco: O alto protagonismo gera o risco de o secretário se tornar o alvo principal de ataques políticos ou de ser responsabilizado por qualquer atraso em qualquer programa de seu vasto portfólio. A presença em eventos de outras Secretarias, como a da Educação, pode ser estratégica, mas dilui o foco da pauta principal da SECID.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir um card ou release detalhando os benefícios da reforma do Jardim Botânico de Londrina (revitalização de passarela, reforma da estufa e anfiteatro).

2. Propor entrevistas com técnicos da SECID sobre mobilidade urbana, processos de urbanização, plano de obras.

3. Elaborar um carrossel para as redes sociais com o Antes/depois dos viadutos e relatar as mudanças já tangíveis após a entrega deles.

4. Sugerir pauta sobre a regularização fundiária, com dados, regiões atendidas e volume de investimentos.

5. Ainda em relação às ações da COHAPAR, vinculada da SECID, buscar dados sobre o andamento do programa Casa Fácil voltado para melhorias em moradias. A depender dos dados, pode render releases para a Imprensa.

6. Em julho e nesses primeiros dias de agosto, o clipping não registrou matérias que mencionam a Agência de Assuntos Metropolitanos do Paraná (AMEP) associada à SECID. Como se trata de uma vinculada, vale reforçar a necessidade de unir as marcas.

Data: 12 de agosto de 2025

Total de 6 notícias (3 web e 3 rádio)

Sentimento: Positivo moderado, com foco em infraestrutura social e urbana, equilibrado por uma reflexão estratégica sobre mudanças demográficas.

Temas: Investimentos em Foz do Iguaçu e região (1 notícia), Pavimentação em Cantagalo (1), climatização das escolas (1), Investimentos em Londrina (1), Reunião com diretores de escolas em Foz do Iguaçu (1), População Idosa no Paraná (1).

Análise qualitativa: A pauta da SECID se mantém através da repetição do anúncio de recursos para Cantagalo, o que garante a presença da Secretaria na mídia do interior e reforça a mensagem de capilaridade do programa. As notícias adjacentes são complementares e favoráveis ao governo. O tema da população idosa, que se conecta naturalmente com o programa Casa Fácil Terceira Idade, permitindo à SECID sustentar a imagem de uma gestão com foco social e infraestrutura integrada.

Pontos positivos: Mesmo sem novos anúncios, a SECID mantém o fluxo de notícias no interior. Imagem de Governo Integrado: As pautas sobre educação e demografia social reforçam a visão de que o Estado investe em infraestrutura social, e não apenas em asfalto.

Pontos de risco: Após anúncio em dias anteriores, a falta de novidades sobre Ponta Grossa (R$ 160 mi) aumenta o risco de o teaser se tornar uma cobrança.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Utilizar os dados sobre a população idosa (20% dos paranaenses) como gancho para um post institucional sobre o programa Casa Fácil Terceira Idade. Publicar cards ou um release com dados sobre as moradias já entregues ou em construção para esta faixa etária.

2. Apurar as informações internas sobre ações relacionadas às mudanças climáticas e/ou de sustentabilidade. A COP30 será realizada no mês de novembro, é importante estar preparado para sugerir pautas e aproveitar a atenção dada pela mídia ao tema.

3. A transversalidade da atuação da Paranacidade, vinculada à SECID, é possível buscar assuntos para além de infraestrutura, possibilitando a diversificação das pautas da Secretaria. Pode-se falar sobre creches, escolas, projetos ambientais, Sistema Solar Fotovoltaicos. É importante reforçar a marca da SECID nesses temas.

4. Fazer uma blitz nas emissoras de rádio, sugerindo entrevistas de porta-vozes da Secretaria para falar para cada região do Paraná, destacando os investimentos em urbanização.

Data: 13 de agosto de 2025

Total de 68 notícias (58 web, 6 impresso e 4 rádio)

Sentimento: Positivo, com destaque para a execução e a articulação política.

Tema predominante: Programa Ilumina Paraná com mais 10 cidades atendidas (29 notícias).

Outros temas: Autorização de liberação de R$ 81,7 milhões para obras (23 notícias), Plano do Biogás e Biometano (6), Pavimentação em Cantagalo (4), Eleições 2026 (3), Programa Asfalto Novo, Vida Nova (2), Festival Vinopar (1).

Análise qualitativa: O dia é marcado por um novo anúncio de recursos (R$ 81,7 milhões) que sustenta o ritmo de entregas da SECID, focando em municípios de médio porte e mantendo a narrativa do Asfalto Novo. A pauta de iluminação LED é estrategicamente resgatada, associando a SECID à segurança pública e eficiência energética.

Pontos positivos: Novo volume robusto de investimentos (R$ 81,7 milhões) mantém a SECID no topo da pauta. Diversificação com LED: A iluminação com LED é uma pauta positiva, que atende à segurança e moderniza o Estado, reforçando o portfólio da SECID.

Pontos de risco: As notícias têm posicionando o secretário Guto Silva não apenas como gestor, mas como uma figura-chave no xadrez político do próximo ciclo. A SECID aparece como o motor de execução das promessas de campanha, o que é um ativo político fundamental. E, por isso, chama a atenção dos opositores e pode se tornar alvo de críticas mais frequentes.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Com o crescimento de citações ao secretário Guto Silva, capitalizar a pauta política de forma institucional, alinhando a figura dele ao resultado da gestão. Sugerir notas, entrevistas, reportagens. Mas, atenção, é preciso cuidado para evitar a conotação de uso da máquina pública com fins eleitorais!

2. Produzir releases e posts nas redes sociais segmentados sobre a liberação dos R$ 81,7 milhões, direcionando-os por município ou por região atendida.

3. A mesma estratégia vale para as novas cidades atendidas pelo Ilumina Paraná. As sugestões de pauta devem abordar as vantagens da substituição das lâmpadas, a economia a ser gerada, população beneficiada.

4. Criar um dashboard com as cidades já atendidas pelo programa Ilumina Paraná, como acontece com o Meu Campinho.

Data: 14 de agosto de 2025

Total de 117 notícias (98 web, 16 impresso, 2 rádio e 1 revista)

Sentimento: Positivo, com associação do Governo do Estado ao desenvolvimento regional.

Tema predominante: Inauguração estrada entre Cianorte e Jussara (36 notícias).

Outros temas: Estrada rural de Douradina (27), Investimentos em Alto Piquiri (16), Recursos para obras em 9 municípios (11), Programa Ilumina Paraná (10), Plano Biogás (4), Balanço da Gestão em Prudentópolis (3), Eleições 2026 (3), Pavimentação em concreto da PR-180 (2), Pavimentação em Corbélia (2), Agenda do secretário (1), Pavimentação em Cantagalo (1), Investimentos no setor turístico de Campos Gerais (1).

Análise qualitativa: O noticiário do dia associa a SECID ao desenvolvimento econômico e ao escoamento da produção do agronegócio, elevando a pauta de "asfalto" de conforto urbano para competitividade logística.

Pontos positivos:A conquista de Maria Helena, que alcança a meta de 100% de pavimentação urbana, o que é um ativo político fundamental para validar o programa Asfalto Novo, Vida Nova em municípios menores. Já a repercussão em matérias sobre o detalhamento do pacote de R$ 81,7 milhões mostra a abrangência da SECID em infraestrutura urbana.

Pontos de risco: Apesar do forte apelo do programa Asfalto Novo é forte e positivo, pode haver uma espécie de "cansaço narrativo". É importante diversificar a pauta. Além disso, há um "silêncio" sobre o avanço concreto (licitações/obras) dos pacotes gigantescos anunciados (RMC, Ponta Grossa).

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir matérias com números consolidados sobre a aplicação dos recursos repassados pela SECID aos municípios. Por exemplo, quanto já foi investido em maquinário, em abrigos de ônibus, terminais rodoviários, praças etc.

2. Sugerir pautas associando o investimento da SECID em pavimentação ao aumento da produtividade dos municípios e/ou das regiões, com foco nas editorias de Economia.

3. Publicar posts nas redes sociais sobre o resultado do município de Maria Helena, com 100% asfaltado. Vale vídeo com imagem da cidade antes e depois, depoimento dos moradores, fotografias.

4. A partir dos dados do Asfalto Novo, Vida Nova, verificar o volume de investimentos destinados aos distritos rurais. Pode surgir uma boa pauta informando que os recursos não são apenas para os centros urbanos.

Data: 15 de agosto de 2025

Total de 78 notícias (60 web, 12 impresso, 4 rádio e 2 TV)

Sentimento:

Tema predominante: Inauguração da PR-180 (31 notícias)

Outros temas: Investimentos no setor turístico de Campos Gerais (21), Programa Ilumina Paraná (5), Investimentos em Alto Piquiri (4), Inauguração estrada entre Cianorte e Jussara (3), Estrada de Douradina (2), Eleições 2026 (2), Demandas regionais AMOP (2), Asfalto em Ponta Grossa (2), Plano do Biogás (2), Construção do Centro de Eventos em Ivaiporã (2), Investimentos em Sertanópolis (1), Recursos para obras em 9 municípios (1).

Análise qualitativa: As notícias do dia foram de repetição, de assuntos já tratados anteriormente. De qualquer maneira, a estratégia de descentralização e portfólio diversificado está funcionando, mantendo a Secretaria relevante em todo o Estado.

Pontos positivos: As notícias do dia garantem que a mensagem de investimento nas diversas regiões do Estado seja absorvida pela população. A repetição das notícias sobre as inaugurações e liberações mantém a SECID em destaque positivo, sustentando o "momentum" da semana.

Pontos de risco: O volume de anúncios temático-semelhantes (asfalto, LED) pode levar a uma saturação. É crucial que a próxima novidade seja de alto impacto (Ponta Grossa) ou de um tema diferente (Habitação ou Saneamento).

Sugestão de ações de comunicação: 1. Para as redes sociais, é importante dar visibilidade ao fato de Carlópolis ter alcançado iluminação 100% LED. A mensagem do impacto visual, da redução de custos e do aumento da segurança funciona bem em vídeos e em cards, especialmente com depoimentos dos moradores.

2. Atualizar a página, no site da SECID, da Galeria de Imagens. É estratégico que os veículos de comunicação possam ter acesso às imagens das obras e eventos da Secretaria. Se o site não tiver requisitos técnicos para receber a Galera, o link pode direcioná-lo para álbuns digitais, como o Flickr. O mesmo cuidado deve ser adotado para o link direcionado às imagens em vídeo.

3. Com o objetivo de diversificar, sugerir pauta sobre o apoio do Paranacidade para a elaboração e vigência dos Planos Diretores Municipais (PDMs), abordando a importância, o que traz de benefícios para a população etc.

Data: 16 de agosto de 2025

Total de 19 notícias (12 web, 6 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com foco em resultados de gestão e protagonismo individual.

Tema predominante: Investimentos no setor turístico de Campos Gerais (7 notícias).

Outros temas: Plano de Biogás (4), Entrevista do secretário Guto Silva sobre obras da SECID (3), Embarque de alunos para intercâmbio (2), Construção de Centro de Eventos (2), Inauguração da PR-180 (1).

Análise qualitativa: O é caracterizado por um balanço de alta escala e a reafirmação do protagonismo da SECID. A manchete principal (Correio do Povo) é um case de sucesso, transformando o secretário Guto Silva no líder da transformação de 327 cidades com R$ 2,7 bilhões em obras.

Pontos positivos: O artigo sobre o secretário com o valor de R$ 2,7 bilhões é um endosso poderoso à sua figura como gestor de Estado. Já a notícia de Ivaiporã (Centro de Eventos) mostra que a SECID atua com consistência em diferentes escalas e tipos de projeto.

Pontos de risco: O aumento da visibilidade do secretário Guto Silva atrai os holofotes para as ações da SECID, podendo torná-la alvo de críticas e de um escrutínio maior em seus projetos, programas e ações.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Os dados citados pelo secretário na matéria que traz um balanço de sua gestão à frente da SECID rendem boas pautas e posts para as redes sociais isoladamente. Por exemplo, a geração de emprego com o Asfalto Novo, Vida Nova; o impacto no PIB, a redução de 30% nas despesas com energia elétrica nos municípios.

2. Nas redes sociais, mostrar, em um vídeo (1 minuto), os bastidores da SECID para executar R$ 2,7 bilhões em obras em todo o estado.

3. Fazer um post carrossel destrinchando a informação "327 cidades transformadas", com o mapa do Paraná, dados-chave, fotos de obras antes/depois.

4. Para os canais de comunicação interna, periodicamente publicar um perfil de um dos servidores da Secretaria, abordando experiência de vida e o trabalho na SECID.

Data: 17 de agosto de 2025

Total de 11 notícias, (10 web e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, abordando planejamento de futuro e projetos estruturantes.

Tema predominante: Embarque de alunos para intercâmbio (7 notícias).

Outros temas: Plano Biogás (2), Inauguração PR-180 (1), Intervenções na orla de Guaratuba (1).

Análise qualitativa: Nenhuma das notícias do dia é relacionada a uma ação direta da SECID, mas o noticiário provoca

Pontos positivos: A participação do secretário Guto Silva no anúncio do projeto Guaratuba associa a SECID a grandes projetos de requalificação urbana e turística, além da infraestrutura básica. A pauta de Biogás consolida o Paraná como um estado que planeja a economia circular. O intercâmbio de alunos agrícolas é um ativo de imagem de excelência e investimento na juventude rural.

Pontos de risco: Não foram encontrados pontos de risco a partir das notícias publicadas neste dia.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Elaborar release de como a SECID irá contribuir para a execução do Plano do Biogás e do Biometano.

2. Criar uma série de conteúdo para as redes sociais e como a SECID se conecta às áreas de Turismo, Educação, Meio Ambiente, Agricultura e Tecnologia.

3. Mais importante ainda é criar uma série de conteúdo, dessa vez em vídeos curtos, de como a SECID se conecta às pessoas - através da entrega de resultados, da contratação direta e indireta para trabalho nas obras, por exemplo.

4. Para a integração dos servidores, recomenda-se que a assessoria de imprensa, juntamente com o gabinete do secretário, promova encontros periódicos da alta gestão com a equipe. Pode ser, por exemplo, um café da manhã.

5. Fazer um release, para a comunicação interna, sobre os novos servidores concursados que estão alocados na SECID.

Data: 18 de agosto de 2025

Total de 15 notícias (10 web, 3 rádio e 2 impresso)

Sentimento: Positivo, com foco em planejamento de futuro e projetos estruturantes.

Temas: Entrevista do secretário Guto Silva (2), Embarque de alunos para intercâmbio (4), Investimentos no setor turístico de Campos Gerais (4), Plano do Biogás (2), Inauguração em Alto Piquiri (1), Estrada de Douradina (1), Encontro da AMOP (1).

Análise qualitativa: O destaque da SECID no noticiário do dia é a entrevista com o secretário Guto Silva. E também pela consolidação das entregas no interior e pelo reforço da pauta de sustentabilidade.

Pontos positivos: A execução de obras e anúncio de investimentos em diversas regiões do estado valida o discurso de que o Governo entrega o que promete, atendendo demandas históricas e gerando impacto econômico.

Pontos de risco: O dia apresenta poucas notícias, o que sugere que a repercussão dos grandes pacotes da semana anterior diminuiu.

Sugestão de ações de comunicação: 1. A entrevista do secretário Guto Silva pode gerar pautas com sua repercussão, assim como notas para as colunas das editorias de Política e Economia.

2. Repercutir a fala do governador sobre a construção de 200 casas populares durante a inauguração de estrada em Alto Piquiri. Pode render sugestão de release para a região sobre qual a participação do programa Casa Fácil.

3. Nesta linha, fazer um levantamento para divulgar números gerais (volume de investimento, famílias beneficiadas, unidades entregues, status das obras em andamento) do programa Casa Fácil, tanto em releases como em posts nas redes sociais.

4. O secretário citou a realização da etapa estadual da Conferência das Cidades. Para os canais internos, produzir matéria sobre a preparação da equipe da SECID para o evento. E, para o público externo, elaborar "teasers" sobre o evento, divulgando data, local de realização, pauta de discussão.

Data: 19 de agosto de 2025

Total de 9 notícias (4 web, 3 rádio e 2 impresso)

Sentimento: Positivo, com foco em investimentos estaduais em infraestrutura e em relações institucionais entre prefeitos e a SECID.

Temas: Pavimentação no Loteamento Esperança (3), Investimentos no setor turístico de Campos Gerais (3), Eleições 2026 (2), Anúncio de investimentos na Fenafep (1) - pavimentação em Prudentópolis.

Análise qualitativa: O noticiário do dia consolida a imagem da SECID como a máquina de investimentos do Governo, com foco em infraestrutura e desenvolvimento regional.

Pontos positivos: Reforço do papel da SECID como viabilizadora de obras por todo o Estado, reconhecimento público e institucional e visibilidade para o maior programa de pavimentação do país.

Pontos de risco: O conteúdo sobre a disputa pelo governo de 2026 traz o nome de Guto Silva diretamente dentro de análises eleitorais, em comparação com outros pré-candidatos. Isso exige cautela na comunicação institucional.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Fortalecer narrativa técnica e institucional (não política), com releases e notas reforçando mensagens sobre planejamento urbano, parcerias institucionais, transformação da infraestrutura local, cidades mais seguras, acessíveis e integradas.

2. Publicar nas redes sociais conteúdo explicativo sobre o funcionamento dos programas da SECID, como o Asfalto Novo, Vida Nova, Ilumina Paraná, Casa Fácil, com informações sobre critérios, fases, número de cidades e impacto.

Data: 20 de agosto de 2025

Total de 13 notícias (7 web, 4 rádio e 2 impresso)

Sentimento: Positivo, com ganho de capital político e institucional.

Temas: Premiação para Portos do Paraná (4 notícias), Embarque de alunos para intercâmbio (3), Assinatura de convênio com consórcio Procaxias (2), visita do prefeito de Terra Nova à SECID (2), Plano do Biogás (1) e Anúncio de investimentos na Fenafep (1).

Análise qualitativa: A narrativa predominante é de entregas, articulação institucional e fortalecimento da imagem do governo, com a SECID posicionada como Secretaria estratégica.

Pontos positivos: A presença na premiação dos Portos liga a SECID à eficiência de classe mundial. Já a parceria com o Consórcio Pro Caxias demonstra agilidade e desburocratização, reforçando a imagem da SECID como moderna. Capilaridade de Execução: O acompanhamento de Terra Boa mostra o engajamento em projetos de múltiplas tipologias no interior (mobilidade, agro, social).

Pontos de risco:

O principal risco do dia se concentra na velocidade da execução burocrática em relação à visita institucional do prefeito de Terra Nova para acompanhamento de projetos, informando que ele cobrará agilidade.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Verificar a existência de alguma ação da SECID relacionada à melhoria da infraestrutura dos municípios portuários de Paranaguá e Antonina e se as iniciativas impactaram de alguma maneira para contribuir com o funcionamento dos portos. Dessa forma, pode-se elaborar uma sugestão de pauta "na carona" de uma notícia de ampla repercussão no Estado.

2. O secretário Guto Silva tem buscado participar de eventos de diferentes áreas, aumentando sua presença e visibilidade. É importante subsidiá-lo de informações sobre ações da SECID que possam dialogar com as pautas desses eventos. Assim, ele poderá reforçar o papel institucional da Secretaria.

3. Verificar o andamento do programa Banheiro em Casa, parceria entre a COHAPAR e a Sanepar para divulgar resultados, especialmente para a mídia regional.

Data: 21 de agosto de 2025

Total de 47 notícias (39 web, 4 impresso e 1 revista)

Sentimento: Misto/Crítico (Devido à pauta de professores) e Positivo (Gestão e Parceria).

Tema predominante: Premiação ao Portos do Paraná (44 notícias).

Outros temas: Criação de canal de comunicação, parceria da SECID com a ADI (2), Fala do secretário Guto Silva sobre salário de professores (1)

Análise qualitativa: A declaração do secretário Guto Silva sobre o salário dos professores é uma notícia que desvia a atenção dos resultados positivos da infraestrutura para uma pauta social delicada. Por outro lado, a criação de um canal de comunicação direta com a ADI/PR é um ativo de imagem de desburocratização e agilidade, mostrando que a pasta busca soluções criativas para facilitar a vida dos municípios, especialmente na fase de licenciamento de projetos.

Pontos positivos: O canal de comunicação com a ADI/PR é uma pauta de otimização de processos, reforçando o papel da SECID como facilitadora dos projetos municipais. A premiação para a Portos do Paraná é um ativo inquestionável, e a presença da SECID na pauta reforça o papel da pasta na infraestrutura de ponta a ponta.

Pontos de risco: A declaração sobre o salário dos professores é o principal risco do dia. Ela cria um atrito direto com uma das maiores categorias de servidores públicos, com potencial de ofuscar as entregas de infraestrutura da semana.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Soltar uma nota de esclarecimento (se politicamente viável) que, sem recuar totalmente, neutralize a crítica. O foco deve ser na valorização da carreira e no investimento recorde em educação do Governo Ratinho Junior. Mudar o foco do salário para o investimento total em educação.

2. Elaborar um release detalhado sobre o canal de comunicação direta com a ADI/PR para distribuir aos veículos de Imprensa.

3. Divulgar o canal de comunicação direta com a ADI/PR também nas redes sociais, com posts periódicos no Stories.

Data: 22 de agosto de 2025

Total de 9 notícias (8 web e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, atingindo o pico de capital político da semana.

Temas: Anúncio de pavimentação em Ponta Grossa (5 notícias), Entrevista do secretário Guto Silva (1), Programa Ilumina Paraná (1), Investimentos em Maringá (1), Premiação ao Portos do Paraná (1).

Análise qualitativa: O anúncio de R$ 100 milhões para Ponta Grossa é a hard news mais importante da semana, pois valida o compromisso do Asfalto Novo, Vida Nova com as grandes cidades, neutralizando o risco de demora no cronograma dos pacotes maiores.

Pontos positivos: Os investimentos em Ponta Grossa são a prova de que a SECID cumpre as promessas, eliminando o principal risco de atraso percebido na mídia. A presença de secretários estaduais em Maringá mostra a continuidade da gestão focada em resultados em todas as macrorregiões.

Pontos de risco: É importante que os projetos de Ponta Grossa sejam protocolados, aprovados e o edital de licitação seja lançado com celeridade para prolongar a repercussão do anúncio.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir releases e posts (especialmente no Stories) com trechos da entrevista coletiva de imprensa em Maringá com a presença de secretários estaduais. A ênfase deve ser nas ações da SECID.

3. Para o Feed das redes sociais, produzir cards com os anúncios que serão feitos pela SECID na entrevista.

2. A presença do secretário Guto Silva na região é uma oportunidade para marcar entrevistas exclusivas com os veículos de imprensa locais, como a Maringá FM, para conferir mais visibilidade às ações da SECID.

3. Produzir material em vídeo, para as redes sociais, sobre o andamento das obras do Eixo Monumental, em Maringá, que contam com recursos da SECID.

4. No início do mês, o governador anunciou a destinação de R$ 36,3 milhões em recursos para pavimentação de vias urbanas, via programa Asfalto Novo, Vida Nova, para Maringá. Nos releases a serem divulgados após a vista, destacar a previsão de lançamento da licitação para a obra.

Data: 23 de agosto de 2025

Total de 11 notícias (8 web e 3 impresso)

Sentimento: Positivo, focado em entregas de alto valor (Ponta Grossa) e soluções sociais.

Temas: Anúncio de pavimentação em Ponta Grossa (7 notícias), Recuperação da Avenida das Cataratas (2), Investimento em formação de mão de obra (1), Entrega de casas no Bairro Nova Caximba (1).

Análise qualitativa: A repercussão do anúncio de R$ 100 milhões para Ponta Grossa garante que o noticiário seja dominado por uma pauta positiva de alto valor. A entrega de 100 novas casas do programa Casa Fácil é um ativo de imagem poderoso, pois liga a SECID (via Cohapar) diretamente à infraestrutura social, dignidade e erradicação de áreas de risco. Esta pauta é crucial para equilibrar a cobertura de grandes obras de pavimentação (asfalto) com o foco humano e social (moradia).

Pontos positivos: O programa Casa Fácil em Curitiba é um ativo humano de alta relevância, que humaniza a gestão da SECID. O anúncio de 100 milhões para pavimentação em Ponta Grossa demonstra o compromisso do governo com infraestrutura e qualidade de vida.

Pontos de risco: Após o anúncio do investimento, o foco agora migra para o início das licitações e obras dos R$ 100 milhões em Ponta Grossa e dos outros grandes pacotes (RMC). Qualquer atraso será percebido como falha na execução.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Repercutir a declaração do governador sobre o desenvolvimento de projetos urbanísticos, que serão analisados pela SECID para Foz. Informar como se dará essa análise, quais obras a Secretaria pode financiar. Rende sugestão de matérias para a imprensa local.

2. Apurar o status de andamento do programa Vida Nova, realizado em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com foco na desfavelização e reassentamento de famílias carentes. A participação do secretário na entrega de casas no Caximba pode ser um gancho para divulgar a iniciativa da SECID.

3. Também verificar informações sobre o Banco de Projetos de Edificações - PROED para saber se os municípios continuam demandando da iniciativa. Pode informar, por exemplo, quantos convênios (se existirem) foram celebrados em 2025.

4. No site da SECID, destacar as redes sociais de forma proativa no site, buscando uma estratégia mais agressiva de conteúdo.

Data: 24 de agosto de 2025

Total de 11 notícias (web)

Sentimento: Positivo, com foco em resultados sociais.

Temas: Copa do Mundo de Futebol 7 (7 notícias), Entrega de casas no Bairro Nova Caximba (2), Balanço da gestão do secretário Maia (1), Embarque de estudantes para intercâmbio (1) .

Análise qualitativa: Não há notícias relacionadas diretamente à SECID.

Pontos positivos: A presença do secretário Guto Silva na entrega de casas em Curitiba gera capital político de alto impacto social. A habitação é um ativo que equilibra a percepção da SECID para além do asfalto.

Pontos de risco: Grandes anúncios de infraestrutura podem ser interpretados como movimentação eleitoral, especialmente em ano de alta visibilidade política. Se não houver acompanhamento, os anúncios podem gerar frustração. É importante ressaltar quando os R$ 100 milhões vão virar asfalto.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Preparar postagens para o Feed do Instagram/Facebook reforçando o conceito de portfólio completo (urbanização, habitação, esporte) da SECID, demonstrando que a pasta atende a todas as necessidades urbanas.

2. Retomar o esforço de sugerir entrevistas com porta-vozes da SECID nas emissoras de rádio regionais para dar maior visibilidade às ações da pasta.

3. Criar uma área específica para jornalistas no site da SECID, com galeria de fotos em alta resolução, vídeos sem edição (raw footage) para download e biografia de autoridades.

Data: 25 de agosto de 2025

Total de 16 notícias (11 web, 3 impresso e 2 rádio)

Sentimento: Positivo, com foco em capilaridade e diversificação de investimentos.

Temas: Copa do Mundo de Futebol 7 (9 notícias), Premiação ao Portos do Paraná (3), Pavimentação em Ponta Grossa (1), Recursos para investimentos em Inácio Martins (2), Construção de escola em São José do Itavó (1).

Análise qualitativa: O dia é marcado pela continuidade da política de descentralização dos investimentos da SECID. O valor do repasse é significativo para um município de pequeno porte e reforça a imagem do programa Asfalto Novo, Vida Nova como um motor de desenvolvimento em todas as regiões.

Pontos positivos: O investimento de R$ 18,2 milhões em Inácio Martins prova a capilaridade dos investimentos estaduais, reforçando a mensagem de que o Paraná não para. A associação ao Futebol 7 reforça o papel da SECID em projetos de infraestrutura que promovem lazer e esporte. A pauta de Curitiba (eventos) e a pauta do Interior (investimentos) mostram a capacidade do Secretário de atuar em frentes distintas e estratégicas no mesmo dia.

Pontos de risco: O secretário Guto Silva tem muita exposição em eventos com pouco vínculo técnico com a SECID. Se a comunicação não contextualizar claramente por que o secretário está presente, podem surgir dúvidas sobre prioridade de agenda, críticas de que está aparecendo mais do que entregando e de uso da máquina pública.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Transformar a participação no evento esportivo em conteúdo para a SECID. O secretário poderia convidar jogadoras participantes do campeonato para conhecer o programa Meu Campinho.

2. Para as redes sociais, poderia criar uma seção, destacando o conjunto de obras da SECID por municípios. A escolha das cidades se daria pelo volume de obras existentes no local, importância regional e disponibilidade de imagens. Poderia ser batizada de Minuto da Cidade.

3. Propor conteúdo para o canal do Youtube do Governo do Estado. O secretário poderia conceder nova entrevista ao Podcast Boa Notícia, desta vez sobre o Casa Fácil ou Ilumina Paraná, ou falar das obras de infraestrutura (que mudam vidas) no geral. Outra ação interessante para esse canal é produzir mini documentários sobre ações da SECID, como o Condomínio do Idoso.

Data: 26 de agosto de 2025

Total de 59 notícias (51 web, 7 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com foco em execução, descentralização e planejamento.

Tema predominante: Anúncio de investimento em 7 cidades pela SECID (37 notícias)

Outros temas: Projeto da Orla de Guaratuba (6), Aeroporto de Guaratuba (7), Recursos para Inácio Martins (3), Entrega moradias Caximba (1), Recursos para Umuarama (1), BR-469 (1), Eleições 2026 (1), Campeonato de futebol 7 (1).

Análise qualitativa: O noticiário do dia reforçou a imagem multisetorial da SECID. O destaque está na continuidade da política de anúncios de baixo e médio porte e a autorização de R$ 12,7 milhões para 7 municípios, garantindo capilaridade da mídia no interior. A inauguração de um Meu Campinho, equilibra a pauta de infraestrutura pesada (asfalto) com a responsabilidade social e comunitária.

Pontos positivos: A série de matérias com anúncios mostra a máquina de investimentos operando de forma descentralizada.

Pontos de risco: O grande volume de notícias sobre projetos de diferentes portes e fases (planejamento versus entrega) pode fragmentar a mensagem principal da Secretaria.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar posts individuais sobre os sete municípios beneficiados pelos R$ 12,7 milhões usando narrativa de impacto.

2. Reforçar a divulgação, nas redes sociais, dos mapas interativos disponíveis no site da SECID para o acompanhamento dos programas, como do Meu Campinho.

3. Sugerir pauta especial para um jornal impresso, abordando como a SECID e suas vinculadas promovem qualidade de vida integrada, investindo em moradia, urbanização e lazer comunitário.

4. Com o anúncio da pauta de divulgação do projeto de revitalização da Orla de Guaratuba, elencar as ações da SECID voltadas para os municípios do Litoral. A ideia é informar aos veículos de imprensa, com sugestão de matérias, sobre o volume de investimentos em andamento para melhorar a qualidade de vida da população e fortalecer o setor de turismo, gerando emprego e renda.

Data: 27 de agosto de 2025

Total de 103 notícias (88 web, 14 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, destacando planejamento e obras estruturantes.

Tema predominante: Aeroporto de Guaratuba (45 notícias)

Outros temas: Orla de Guaratuba (36), Anúncio de recursos para 7 cidades (10), Investimentos em Carambeí (7), Recursos para Umuarama (1), Educação (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: A presença do secretário Guto Silva em eventos promovidos por outras pastas pode ser considerada uma demonstração da capacidade da SECID de articular com diversas forças políticas para canalizar recursos federais e estaduais para os municípios. A continuidade dos anúncios de infraestrutura urbana reforça a consistência da descentralização e a abrangência da atuação da Secretaria.

Pontos positivos: A presença de Beto Richa na assinatura em Umuarama mostra o poder do portfólio da SECID em atrair e destravar recursos federais e estaduais. O investimento em abrigos de ônibus (Carambeí) mostra atenção à mobilidade e conforto diário do usuário.

Pontos de risco: Superexposição de entregas pode gerar percepção de agenda politizada. Como algumas matérias tratam de investimentos estaduais que não são da SECID, existe risco de dispersão narrativa. Então, surge a necessidade de diferenciar entregas diretas da SECID de ações de outras pastas

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar uma estratégia clara de diferenciação sobre o que é ação SECID para as redes sociais. Isso pode acontecer com posts em tom educativo, com #SecidFaz ou Investimento SECID em cards e vídeos.

2. Realizar workshops sobre Linguagem Cidadã, de modo a tornar as informações públicas claras, acessíveis e inclusivas para todos os cidadãos, evitando jargões técnicos e linguagem discriminatória.

3. Estruturar um release sobre a destinação de recursos da SECID para a construção e melhoria de abrigos de ônibus, destacando a acessibilidade, a mobilidade e a preocupação com os cidadãos. Pode usar como exemplo a destinação de recursos para Carambeí.

4. Diante do volume de obras e investimentos realizados pela SECID, criar uma newsletter pública bimestral para dar mais visibilidade. O público-alvo seria formado por prefeituras, câmaras de vereadores, ONGs e cidadãos interessados.

Data: 28 de agosto de 2025

Total de 38 notícias (27 web e 11 impresso)

Sentimento: Positivo, com muita credibilidade.

Tema predominante: Entrevista especial com o secretário Guto Silva (26 notícias)

Outros temas: Orla de Guaratuba (4), Recursos para Carambeí (1), Investimentos em Juranda (1), Investimentos em Foz do Iguaçu (1), Aeroporto de Guaratuba (1), Recursos para Reserva (1), Investimentos em Toledo (1), Conferência do Esporte (1), Descomplica (1).

Análise qualitativa: Consolida a imagem de Guto Silva como secretário e liderança de Estado. A entrevista especial no Maringá Post, detalhando R$ 6 bilhões em investimentos, transforma o gestor em um porta-voz de alto nível sobre a execução do plano de governo.

Pontos positivos: O valor citado pelo secretário é uma cifra poderosa que eleva a pauta da SECID para o patamar de motor econômico do Paraná. A manutenção dos anúncios no interior garante que a mensagem de investimento em todos os municípios seja compreendida pela população.

Pontos de risco: O protagonismo do secretário e o volume de investimentos da SECID podem chamar a atenção da oposição, especialmente porque o nome do gestor é apontado como pré-candidato à eleição de 2026.

Sugestão de ações de comunicação: 1. É necessário unificar os números da SECID. Há poucos dias o secretário falou em R$ 2,7 bilhões em investimentos. Na entrevista de hoje, citou R$ 6 bilhões como orçamento para o asfalto. Disparidade de dados gera ruído na comunicação e perda de credibilidade.

2. Criar uma série de vídeos, para as redes sociais, destacando os R$ 6 bilhões em obras, separando os episódios por grandes temas.

3. Criar um vídeo de "brand content" de alta qualidade com imagens aéreas de obras (asfalto, pontes, habitação). O foco deve ser na escala e no planejamento que está transformando o Estado.

4. O mote do volume de investimentos, a depender da avaliação política da alta gestão, pode ser base para a produção de releases com o valor global dos investimentos da SECID em cada região do Estado.

Data: 29 de agosto de 2025

Total de 27 notícias (15 web, 9 impresso e 3 rádio)

Sentimento: Positivo, com uma pauta de anúncios de grande volume e conteúdo de imagem de alto nível, consolidando a narrativa de execução estratégica.

Tema predominante: Entrevista com o secretário Guto Silva (9 notícias)

Outros temas: Liberação de R$ 12,7 milhões para 7 cidades (3), Recursos para Carambeí (3), Aprovação do governo (3), Conferência Estadual das Cidades (2), Investimentos em Guarapuava (2), Aeroporto de Guaratuba (2), Descomplica (2), Investimentos em Reserva (1).

Análise qualitativa: O dia reforça o protagonismo político do secretário Guto Silva como o principal articulador da execução dos R$ 6,4 bilhões do Governo no municipalismo.

Pontos positivos: O artigo de opinião da Folha de Londrina eleva o secretário Guto Silva, associando-o diretamente à estratégia de sucesso do Governo. Isso reforça a imagem dele como um líder de Estado e não apenas um gestor técnico. O anúncio de investimentos nos mais diversos municípios demonstra a capilaridade e a consistência do fluxo de recursos da SECID.

Pontos de risco: Quase a totalidade das notícias se refere a autorizações para licitações ou assinatura de convênios. O risco mais grave é o tempo da conversão do anúncio em obras acontecendo de fato ou sendo entregues à população.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Promover audiências públicas, consultas comunitárias, espaço para sugestões e feedback para envolver a população nos investimentos anunciados pela SECID em parceria com os municípios. Isso ajuda a reduzir resistências, aumenta a transparência e fortalece a governança participativa.

2. Sugerir entrevistas com os porta-vozes da Secretaria para emissoras de rádio locais com o objetivo de divulgar as ações para os sete municípios beneficiados com os R$ 12,7 milhões.

3. Dar continuidade à cobertura da 7ª Conferência Estadual das Cidades do Paraná, apresentando os resultados das discussões e como impactam no Estado. Nas redes sociais, realizar postagens em formato Stories, com depoimentos dos participantes sobre o futuro das cidades.

Data: 30 de agosto de 2025

Total de 9 notícias (4 web, 3 impresso e 2 rádio)

Sentimento: Positivo, com ênfase na consolidação da imagem do Secretário como um articulador chave do Governo e na manutenção da agenda de projetos estruturais.

Temas: Aeroporto de Guaratuba (4), Entrevista do secretário Guto Silva (3), Recursos para Pato Branco (1), Demandas de São José do Patrocínio (1).

Análise qualitativa: O secretário Guto Silva consolida sua imagem como líder articulador e realizador em entrevistas e agendas municipais. Contudo, o noticiário também trata sobre demandas de municípios por investimentos.

Pontos positivos: A entrevista e as agendas com prefeitos reforçam Guto Silva como uma liderança de Estado, elevando a discussão da SECID para desafios e perspectivas amplas do Paraná. O anúncio de obras localizadas e a agenda multisetorial do prefeito de São Jorge do Patrocínio demonstram que o diálogo e o fluxo de recursos chegam aos municípios.

Pontos de risco: Dificilmente obras pontuais vão atingir de forma equitativa toda a população ou todos os municípios. Pode haver sentimento de desigualdade ou de favorecimento de regiões. Isso demanda uma estratégia comunicacional que faça justiça à abrangência e explique critérios de priorização.

Sugestão de ações de comunicação: 1. É fundamental sugerir pautas para veículos de grande circulação e elaborar press releases sobre as ações da SECID de forma estratégica. Por exemplo, o volume de recursos em convênios com os municípios e seus dados gerais, quais motivos contribuíram para decidir por essa modalidade de investimentos. Esse material pode servir de base para as publicações nas redes sociais.

2. Lançar press release sobre a criação de uma célula de aceleração de projetos dentro do Paranacidade, dedicada a reduzir o tempo de análise de projetos já protocolados, com dados sobre quantidade, tipos, cidades atendidas, população beneficiada etc.

3. Na Conferência das Cidades, o secretário Guto Silva afirmou que "a partir de 2027, o Paraná terá mais idosos do que crianças e jovens, o que exigirá novos formatos de planejamento urbano". A partir dessa premissa, produzir conteúdos para press releases e redes sociais sobre o futuro das cidades paranaenses e de como a SECID está se preparando para essa nova realidade. Os investimentos em Condomínios de Idosos, áreas de convivência, são exemplos que podem ser citados.

Data: 31 de agosto de 2025

Total de 1 notícia publicada no Jornal Integração

Sentimento: Positivo, com foco no engajamento municipal e na participação na 7ª Conferência Estadual das Cidades.

Tema: Recursos para investimentos em Assis Chateaubriand

Análise qualitativa: A notícia reforça a imagem participativa e democrática da SECID ao promover a Conferência Estadual das Cidades, garantindo que a pauta de planejamento urbano seja construída de forma coletiva com a base municipal.

Pontos positivos: A repercussão da Conferência Estadual das Cidades reforça o papel da SECID como articuladora do planejamento urbano e da participação popular no Estado. O evento garante a imagem de gestão democrática e técnica. Após dias de intensa concentração em investimentos, esta data oferece um contraponto de governança e gestão, mostrando que a pasta não foca apenas em obras.

Pontos de risco: Notícias institucionais sobre conferências e reuniões, embora importantes, podem ter baixo poder de engajamento com o público geral.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Lançar um release pós-Conferência que trate sobre os próximos passos práticos para o processamento das demandas prioritárias apresentadas no evento.

2. Criar um carrossel ou Reel destacando as três propostas mais inovadoras ou de maior impacto social apresentadas na Conferência. A ideia é converter o conteúdo institucional em algo acessível e interessante para o público geral, ligando a SECID à inovação e soluções urbanas.

3. Diante do volume de investimentos - R$ 6 bilhões - em andamento com recursos da SECID, iniciar o reforço da sinalização das obras nos municípios. Cada uma delas, deve contar com placas com as marcas da Secretaria e do Governo do Estado, como é de praxe. Esse modelo pode evoluir para placas eletrônicas em pontos estratégicos das cidades, com veiculação de informações sobre os investimentos da SECID, do Governo como um todo, naquele município, mesclando com mensagens de interesse público.

Data: 01 de setembro de 2025

Total de 35 notícias (30 web, 4 rádio e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, marcado pela exaltação da figura do secretário Guto Silva (em função dos 100 dias) e por anúncios concretos de investimento e infraestrutura.

Tema predominante: Programa de Segurança Hídrica (21 notícias).

Outros temas: Obra do Contorno Sul (3), Entrevista secretário Guto Silva (2), Investimentos em Ponta Grossa (1), Eleições 2026 (2), Casa da Mulher em Antonina (2), Recursos para pavimentação (3), 100 da gestão Guto Silva (1).

Análise qualitativa: O dia reforça o protagonismo da execução da SECID, com veículos destacando a aceleração de programas sob Guto Silva. A pauta é equilibrada por projetos de infraestrutura e de conteúdo social, além da articulação política, confirmando a SECID como motor do desenvolvimento.

Pontos positivos: O balanço de 100 dias de gestão de Guto Silva na SECID, destacando a aceleração e a ampliação do alcance dos programas, reforça a gestão focada em resultados. A destinação de mais recursos para municípios demonstra a capacidade de articulação política e o olhar para o interior. A notícia sobre a Casa da Mulher em Antonina indica que a SECID não atua apenas em infraestrutura, mas tem compromisso com políticas sociais e de gênero.

Pontos de risco: A politização das pautas da Secretaria com o viés eleitoral é um ponto de atenção por causa da antecipação das discussões em relação à disputa de 2026.

Sugestão de ações de comunicação: 1. A construção de unidades da Casa da Mulher, a partir da inauguração de Antonina, merece amplo destaque nas redes sociais e também na divulgação nos veículos de Imprensa. Além de dados técnicos, compartilhar histórias reais sobre mulheres que usarão a Casa da Mulher, com o objetivo de humanizar os resultados e fortalecer o vínculo com a população.

2. Preparar press release sobre a reunião de representantes do Banco Mundial com técnicos da SECID para tratar sobre o Plano de Segurança Hídrica, detalhando qual o papel da Secretaria na iniciativa. A cobertura do encontro em si pode render bom material para Stories.

3. Produzir relatórios de progresso regulares com métricas e indicadores, como percentuais de conclusão, número de municípios beneficiados, antes/depois, economia gerada, emprego gerado. Esses documentos devem ser distribuídos para lideranças dos municípios

beneficiados de forma a dar visibilidade à secid nas regiões e legitimar a ação de forma descentralizada.

Data: 02 de setembro de 2025

Total de 121 notícias (110 web, 10 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com domínio das notícias sobre a ferramenta de transparência e por grandes volumes de investimento, reforçando a imagem de gestão moderna e descentralizada.

Temas predominantes: Lançamentos do Plano de Logística (43 notícias) e do Asfaltômetro (39)

Outros temas: Conferência do Esporte (18), Eleições 2026 (6), Investimentos em Toledo (6), Plano de Segurança Hídrica (4), Redução do IPVA (2), Investimentos em Ponta Grossa (1), Investimentos em Ortigueira (1), Investimentos em Quedas do Iguaçu (1).

Análise qualitativa: A SECID atinge o pico de transparência e inovação com o lançamento do Asfaltômetro, respondendo ao risco da burocracia com uma ferramenta de acompanhamento público. A liberação de R$ 580 milhões para a região de Ponta Grossa, somada a outros R$ 33 milhões, solidifica a escala e a execução descentralizada dos programas do Governo.

Pontos positivos:

O lançamento do Asfaltômetro é uma ação de comunicação de classe mundial que mitiga diretamente o principal risco relacionado à morosidade burocrática. A ferramenta posiciona a SECID como líder em transparência e permite ao cidadão acompanhar a execução em tempo real. Múltiplos anúncios para diferentes regiões no mesmo dia, como para os municípios da AMCESPAR, Ortigueira e Toledo mostram que os investimentos estão a todo vapor.

Pontos de risco: O Asfaltômetro, por outro lado, se houver qualquer atraso, paralisação ou problema estrutural nas obras será visível e poderá gerar críticas imediatas. Isso eleva a necessidade de gestão de prazos, qualidade e transparência contínua.

Sugestão de ações de comunicação: 1. A partir do Asfaltômetro, divulgar periodicamente informações com indicadores de progresso, como quilômetros asfaltados, municípios contemplados, valores investidos, estado das obras, metas alcançadas, em press releases, redes sociais, entrevistas para a mídia regional e as rádios municipais. Dessa forma, fortalece a participação cidadã e a percepção de transparência na população. Esses dados devem ser conectados com histórias reais, mostrando antes/depois nas ruas, depoimentos de moradores, casos de melhoria na mobilidade, segurança e qualidade de vida. Isso ajuda a traduzir números em significado concreto para a população.

Data: 03 de setembro de 2025

Total de 52 notícias (38 web, 14 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com um tom crítico sobre execução orçamentária.

Tema predominante: Lançamento do Asfaltômetro (13 notícias)

Outros temas: Inauguração da PR-445 (11), Eleições 2026 (11), Conferência do Esporte (7), Investimentos em Ponta Grossa (2), em Quedas do Iguaçu (2), em Jaguariaíva (1), Plano de Segurança Hídrica (2), Denúncia do MPT contra governo (2), Obra do Contorno Sul (1)

Análise qualitativa: A SECID mantém a visibilidade política de alto nível com o secretário Guto Silva no centro do debate sucessório e na agenda de entregas do governador em Londrina. O risco de credibilidade surge com a notícia apontando a lacuna de R$ 4 bilhões para atingir a meta total do Asfalto Novo.

Pontos positivos: O lançamento do Asfaltômetro demonstra um esforço para tornar públicos os dados de execução das obras, promovendo controle social. A admissão relacionada aos recursos ainda necessários para cumprir a meta do programa atrai credibilidade.

Pontos de risco: A informação sobre os R$ 4 bilhões necessários para cumprir a promessa de asfaltar 100% das cidades pelo programa Asfalto Novo pode ser interpretada como sinal de insuficiência ou incerteza, além de ser utilizada para cobranças por parte dos opositores.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Os totens de divulgação do Asfaltômetro devem circular em todo o Estado, especialmente as cidades-polo, e não ficarem fixos em Curitiba.

2. Internamente, diante do volume de ações da SECID, garantir que os diferentes setores responsáveis por planejamento, execução, monitoramento e prestação de contas estejam integrados, a partir da divulgação de informações sobre o andamento das obras em newsletters, boletins.

3. Promover capacitação e estrutura de atendimento à população, fortalecendo a Ouvidoria como um canal de acompanhamento e até de denúncias para as pessoas interessadas nas ações e obras em andamento.

4. Como uma largada para o planejamento de comunicação interna para 2026, a assessoria de comunicação da SECID deve lançar um questionário online, voltado para os servidores e colaboradores da Secretaria, para a obtenção de impressões sobre os canais de

comunicação, mensagens, dados de interesse, desafios e acertos da área. As respostas vão subsidiar a elaboração do documento.

Data: 4 de setembro de 2025

Total de notícias 70 (59 web, 6 impresso, 4 rádio e 1 TV)

Sentimento: Positivo, embora o tema predominante do dia não tenha relação com a SECID.

Tema predominante: Inauguração da BR-445 (34 notícias)

Outros temas: Duplicação de avenida em Londrina (22), Conferência do Esporte (4), Asfaltômetro (3), Casa da Mulher em Antonina (2), Investimentos da região Oeste (1), Plano de Logística (1), Celepar (1), Redução do IPVA (1), Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: A SECID consolida sua imagem de executor de grandes obras e inovador na gestão, com repercussão do Asfaltômetro. O anúncio de uma nova duplicação em Londrina reforça o foco na infraestrutura econômica e urbana, apesar do ruído externo sobre a CELEPAR a partir da audiência pública.

Pontos positivos: A ampla repercussão do Asfaltômetro garante que a SECID continue na pauta de modernização e fiscalização cidadã, mitigando o risco de acusações de burocracia. O anúncio da duplicação da Avenida Saul Elkind demonstra o foco da Secretaria em infraestrutura que apoia o desenvolvimento econômico, reforçando o planejamento urbano inteligente. Já a menção à Casa da Mulher Paranaense em Antonina mostra que a SECID atua em uma matriz de investimento ampla, que também contempla o social.

Pontos de risco: Cada inauguração e novo anúncio aumenta a pressão pública para que a SECID mantenha o ritmo acelerado de entregas. Em relação à notícia sobre a CELEPAR, o tema sensível pode desviar o foco do Governo e da SECID.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Lançar um infográfico sobre a duplicação da Avenida Saul Elkind, em Londrina, que detalhe a importância da obra para a nova cidade industrial e o impacto no PIB e na logística local. Conteúdo pode ser utilizado nas redes sociais e disponibilizado para a mídia regional.

2. Criar um post para as redes sociais que ligue a infraestrutura da SECID aos projetos sociais, fortalecendo a visão de que a SECID tem uma atuação humana e social, ligando asfalto e iluminação a causas importantes como o combate à violência contra a mulher.

Data: 05 de setembro de 2025

Total de 57 notícias (41 web, 12 impresso e 4 rádio)

Sentimento: Positivo, com ênfase na liderança do secretário Guto Silva.

Tema predominante: Projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná (21 notícias) e Projeto do Bonde Elétrico (20).

Outros temas: Duplicação de avenida em Londrina (4), Inauguração PR-445 (3), Eleições 2026 (3), Plano de Segurança Hídrica (2), Asfaltômetro (2), Fórum do Agronegócio (1).

Análise qualitativa: O noticiário é enriquecido por pautas de futuro, como Pompidou e os bondes, mas o foco intenso na política exige cuidado na comunicação para manter a percepção de gestão e não apenas campanha.

Pontos positivos: A apresentação do projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná e a discussão sobre a implantação de bondes elétricos inserem a SECID e o Governo em uma pauta de infraestrutura cultural e mobilidade moderna, que transcende o asfalto. Os artigos de opinião e a cobertura do evento em Londrina fortalecem o capital político de Guto Silva, com repercussão na visão positiva sobre a SECID.

Pontos de risco: O foco da imprensa pode estar migrando da gestão eficiente para o cenário eleitoral de 2026. O risco é que o secretário seja criticado por fazer campanha em vez de gerir, ou que a mídia comece a questionar se os novos convênios têm viés político.

Sugestão de ações de comunicação: 1. O anúncio sobre o Centre Pompidou abre um amplo espaço para elaboração dos mais diversos conteúdos e aproveitamento dos canais de comunicação. A partir das informações lançadas pelo governador, apresentar a participação da SECID na execução do projeto. Produzir conteúdos multimídia (vídeos, imagens 3D, maquetes, infográficos) sobre o museu, mostrando o projeto, o conceito de integração com a natureza, as fases de construção, e o impacto esperado. Isso ajuda a concretizar o imaginário e a engajar público diverso.

2. Promover a participação da comunidade local (Foz do Iguaçu, municípios vizinhos), com oficinas, consultas públicas, debates, para engajamento social, senso de pertencimento e legitimidade cultural. A ideia, inclusive, presente no projeto, de instalação de um pavilhão temporário e atividades com escolas demonstra potencial para participação comunitária desde o início do projeto.

Data: 06 de setembro de 2025

Total de 10 notícias (6 web, 2 impresso e 2 rádio)

Sentimento: Positivo, com forte ruído externo da política.

Temas: Projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná (2 notícias), Eleições 2026 (2), Balanço das ações do secretário Guto Silva (2), Conferência do Esporte (2), Inauguração da PR-445 (1), Asfaltômetro (1).

Análise qualitativa: A apresentação de projetos como bondes elétricos e o Pompidou reforça a visão de mobilidade e cultura de futuro, mas o foco intenso na política exige cuidado na comunicação para manter a percepção de gestão.

Pontos positivos: A discussão sobre a implantação de Bondes Elétricos é um ponto de inovação e sustentabilidade, posicionando a SECID na pauta de mobilidade urbana moderna e de baixo carbono. Esta notícia traz um elemento importante, a vinculação da AMEP à pasta.

Pontos de risco: O foco da imprensa está se movendo para o cenário eleitoral de 2026. O secretário precisa mitigar o risco de ser criticado por fazer campanha em detrimento da gestão técnica da SECID. Além disso, projetos como os bondes elétricos e o Pompidou são de alto custo, complexidade técnica e longo prazo. A comunicação precisa ser cautelosa para não criar uma expectativa irreal de entrega imediata e para defender o investimento contra críticas sobre a priorização de recursos.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Do ponto de vista da comunicação interna voltada para o Centre Pompidou, criar um comitê de comunicação envolvendo todas as secretarias envolvidas para alinhar mensagens, evitar ruídos e garantir coerência institucional.

2. Ao longo da execução do projeto do Pompidou, elaborar relatórios públicos periódicos de andamento das obras, com indicadores de progresso, orçamento, impacto social, prazo e transparência. Isso ajuda a construir confiança e a proteger a imagem no longo prazo.

3. Após o anúncio do bonde elétrico, criar ações de sustentação para que a pauta permaneça no noticiário. Designar um porta-voz técnico da SECID/AMEP para responder a perguntas específicas sobre tecnologia, operação e custos. Também conduzir um grupo seleto de jornalistas para um tour pela rota experimental, com a presença do secretário Guto Silva para entrevistas in loco, além de oferecer artigos de opinião assinados pelo secretário para veículos de economia e infraestrutura, ligando o projeto ao desenvolvimento do estado. Nas mídias digitais, produzir conteúdo semanalmente sobre o assunto.

Data: 07 de setembro de 2025

Total de 3 notícias (todas em emissoras de rádio)

Sentimento: Positivo, com foco na transparência e execução.

Temas: Asfaltômetro (2 notícias), Obra do Contorno Sul (1)

Análise qualitativa: O dia é a consolidação do Asfaltômetro e os totens são a prova de transparência e inovação, mitigando o risco de burocracia. A confirmação do início do Novo Contorno Sul pelo secretário Guto Silva no próximo mês reforça a capacidade de o Governo entregar projetos complexos.

Pontos positivos: A ampla e detalhada divulgação do Asfaltômetro e a instalação de totens físicos é uma ação de comunicação proativa e moderna que reposiciona a SECID em termos de transparência e prestação de contas. A divulgação de que o programa Asfalto Novo, Vida Nova já resultou em 366 km de ruas asfaltadas com R$ 870 milhões investidos fornece dados sólidos para defender a escala e o impacto do programa.

Pontos de risco: Os dados do Asfalto Novo mostram que 366 km de pavimentação asfáltica foram concluídos. O que significa 100% das ruas das cidades? A comunicação deve ser cuidadosa para validar o que foi feito e defender a viabilidade da meta restante.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Elaborar press release sobre o uso e o feedback do Asfaltômetro, destacando o número de acessos e a inclusão de novas obras. A ideia é criar pautas a partir da ferramenta, mudar o foco do anúncio para o resultado prático da transparência, incentivando o uso contínuo e a fiscalização cidadã.

2. Criar um vídeo de storytelling para as redes sociais usando os dados consolidados do Asfalto Novo para contar a história de uma família ou pequeno comerciante que foi beneficiado pelo programa em uma cidade que atingiu 100% de pavimentação.

3. É importante capitalizar o fortalecimento da liderança política do secretário Guto Silva de forma institucional e séria, reforçando que a gestão dos projetos é a única prioridade no momento. Fazer essa afirmação nos contatos com a Imprensa, evitando, assim, a associação direta em pautas institucionais à disputa eleitoral.

Data: 08 de setembro de 2025

Total de 5 notícias (3 web, 1 impresso e 1 rádio)

Sentimento: Positivo, com ênfase na política eleitoral.

Temas: Projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná (3 notícias), Projeto do bonde elétrico (1), Balanço das ações do secretário Guto Silva (1).

Análise qualitativa: O dia é marcado pela consolidação da imagem política do secretário Guto Silva como nome forte para 2026, utilizando a execução de projetos municipais como principal argumento de gestão. A pauta do Pompidou mantém a visão de Estado em infraestrutura cultural.

Pontos positivos: A reafirmação da missão institucional da SECID em entrevista do secretário Guto Silva. A continuidade da divulgação do projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná reforça que a Secretaria e o Governo mantêm uma visão de longo prazo e investem em infraestrutura cultural e urbana de alto nível, diversificando o portfólio para além das obras viárias.

Pontos de risco: O enquadramento das pautas no contexto das eleições 2026 aumenta o risco de a oposição e a imprensa questionarem se novos anúncios e a aceleração de projetos. A pauta cultural do Pompidou pode ser atacada por críticos que argumentam que os recursos deveriam ser exclusivamente direcionados para infraestrutura básica, exigindo uma defesa sólida do projeto como investimento econômico/turístico.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Publicar um release que ligue o discurso de avanço dos municípios às obras em andamento na SECID, citando dados em tempo real do Asfaltômetro. Utilizar um print da ferramenta e destacar o número de cidades que já têm projetos em andamento.

2. Criar um conjunto de posts educativos (carrossel ou vídeo curto) que justifiquem o investimento cultural no Pompidou. O conteúdo deve focar na projeção internacional, atração de turismo, e o impacto na economia criativa e urbana da região, ligando-o ao desenvolvimento municipal.

Data: 09 de setembro de 2025

Total de 7 notícias (todas veiculadas na web)

Sentimento: Positivo, mas o ruído político negativo sobre a CELEPAR.

Temas: Duplicação da Avenida Saul Elkind em Londrina (2 notícias), Projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná (1), Contrato com o Google (1), Inauguração da PR-445 (1), Simpósio Nacional de Segurança (1), Construção de Arena Multi Eventos Cristiano Jacob Alflen (1).

Análise qualitativa: O dia reforça a imagem de execução e entrega do Governo, mas o ruído político negativo sobre a CELEPAR e a privatização, agora ligada à sucessão de 2026, traz uma sombra para a credibilidade da gestão.

Pontos positivos: A repercussão do anúncio da duplicação da Avenida Saul Elkind, em Londrina, foca na infraestrutura industrial e econômica, reforçando que a SECID prioriza obras com alto impacto no desenvolvimento regional. A divulgação do projeto arquitetônico do Centre Pompidou Paraná e a Arena Multi-Eventos em Corbélia mantém a agenda de visão de Estado e investimento em qualidade de vida, diversificando a pauta para além do asfalto.

Pontos de risco: A matéria que liga a questão da CELEPAR/privatização e o Google aos planos eleitorais de 2026 evidencia um ponto de atenção para a credibilidade do Governo como um todo. Esse ruído é o principal fator de risco do dia.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar um post sobre a Arena Multi-Eventos em Corbélia, ligando o investimento em esporte/eventos da SECID/Paranacidade à qualidade de vida e ao lazer no interior.

2. Redigir um press release reunindo informações sobre os tipos de projetos que estão em análise ou em estágios mais avançados no Paranacidade, para mostrar a diversidade de ações existentes relacionadas à SECID.

3. Novas frentes de trabalho estão em andamento no Asfalto Novo, Vida Nova, como as ações em bairros periféricos que antes ficavam fora do alcance da pavimentação. Reunir dados sobre a pavimentação dessas localidades para a produção de releases e conteúdo para as redes sociais. É um olhar para um detalhe do programa que pode aumentar sua visibilidade junto ao público.

4. Produzir conteúdo para as redes sociais sobre o Paraná Interativo, reforçando que informações podem ser encontradas no site.

Data: 10 de setembro de 2025

Total de 84 notícias (73 web, 8 impresso e 3 rádio)

Sentimento: Positivo, dia de muitos anúncios com foco em infraestrutura.

Tema predominante: Anúncio de recursos para obras em 10 municípios (33 notícias)

Outros temas: Evento sobre segurança turística (23), Convênio para construção de viadutos na BR-116 em Maringá (12), Educação (5), Contorno Sul (3) Investimentos em Ponta Grossa (2), Eleições 2026 (1), Contrato com o Google (1), Detonação de rochas na PRC-466 (1), Duplicação da Avenida Saul Elkind em Londrina (1), Pavimentação intermunicipal (1), Recursos para sinalização viária (1).

Análise qualitativa: A SECID atinge um pico em execução e estratégia com o anúncio simultâneo de investimentos de grande impacto e capilaridade. Esse conjunto de ações indica que a Secretaria continua em um ciclo intenso de liberação de recursos, pavimentação urbana e intervenções estruturais em várias frentes — mobilidade, infraestrutura urbana, expansão de vias, e reordenamento urbano.

Pontos positivos: O governo do Estado autorizou R$ 123,2 milhões em obras urbanas para 10 municípios de diferentes regiões do Paraná. Dessas verbas, cerca de R$ 45,7 milhões serão destinados ao programa Asfalto Novo, Vida Nova. O anúncio do convênio para a construção de viadutos sobre a rodovia federal BR-116, em Fazenda Rio Grande busca resolver gargalos históricos de mobilidade urbana e integrar a rodovia à malha urbana da cidade.

Pontos de risco: O alto volume de anúncios intensifica a vulnerabilidade relacionada à morosidade burocrática. A credibilidade da gestão pode estar condicionada à execução e entregas das obras anunciadas.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Comunicar de forma segmentada, pensando nos diferentes municípios, os anúncios do dia, com foco em impactos de qualidade de vida, enfatizando ruas pavimentadas, mobilidade, segurança urbana, valorização imobiliária. Os textos também devem conter informações sobre etapas, prazos estimados.

2. Produzir press release sobre a elaboração e/ou atualização de planos diretores municipais, que contam com o apoio da SECID. Tratar sobre a importância do planejamento urbano, o que traz de benefícios para os municípios etc. Em paralelo, reforçar a possibilidade de obter mais informações sobre o assunto no Paraná Interativo, no painel do Plano Diretor Municipal.

Data: 11 de setembro de 2025

Total de 53 notícias (41 web, 7 impresso, 3 rádio e 2 TV)

Sentimento: Positivo, com consolidação de anúncios na RMC.

Tema predominante: Construção de viadutos na BR-116 em Maringá (32 notícias).

Outros temas: Investimentos em 10 municípios (6), Anúncio de investimentos no Litoral (3), Programa Asfalto Novo, Vida Nova (2), Segurança turística (2), Obra do Contorno Sul em Maringá (2), Eleições 2026 (2), Contrato com o Google (1), Para do Mundo de Futebol 7 (1), Tese de doutora do secretário Guto Silva (1), Recursos para sinalização viária (1).

Análise qualitativa: O Governo e a SECID concretizam o mega-investimento de R$ 96 milhões em viadutos na RMC, resolvendo um gargalo histórico e reforçando a visão estratégica de mobilidade. O dia é marcado pela alta execução em diversas frentes (Litoral, RMC, Norte), com o secretário Guto Silva no centro dos anúncios, mantendo o capital político atrelado à capacidade de entrega.

Pontos positivos: A assinatura do convênio para os viadutos em Fazenda Rio Grande é a notícia mais forte do dia, pois transforma o anúncio em ato de execução. Em paralelo, o anúncio de R$ 150 milhões em investimentos para o Litoral mostra que a agenda estratégica é contínua e diversificada. Destaque também para as notícias sobre a tese de doutorado do secretário Guto Silva sobre o programa de gestão do Estado.

Pontos de risco: Com o convênio assinado, o risco agora se move para o tempo de licitação e o início das obras dos viadutos. A altíssima expectativa criada exige uma velocidade recorde na fase de projeto executivo e edital. Grandes planos e valores podem parecer algo eleitoral ou simbólico se as obras não saírem do papel. A credibilidade da pasta pode ser abalada.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Criar narrativas segmentadas para diferentes públicos sobre as ações da SECID. Para população urbana e metropolitana, enfatizar mobilidade, tempo economizado, segurança viária, qualidade de vida. Já para pequenos municípios e interior, valorizar pavimentação, redução de desigualdades urbanas, acesso e inclusão.

2. A construção dos viadutos é uma obra de alto impacto no entorno. Recomenda-se a realização de audiências públicas para informar a população do município sobre o projeto, apresentando cronograma, investimentos, detalhando os impactos. Também sugere-se a

produção de um panfleto com essas informações para ser distribuído às pessoas que circulam e/ou moram na região.

Data: 12 de setembro de 2025

Total de 61 notícias (54 web, 6 impresso e 1 TV)

Sentimento: Positivo, ênfase na consolidação de investimentos.

Tema predominante: SECID anuncia investimentos de pavimentação no Litoral (34 notícias).

Outros temas: Tese de doutora do secretário Guto Silva (11), PLOA 2026 (6), Construção dos viadutos em Fazenda Rio Grande (5), Ponte de Guaratuba (1), Resultado do PIB da pecuária (1), Investimentos em sinalização (1) e Investimentos de R$ 123 milhões em 10 cidades (1).

Análise qualitativa: A pauta tem registros de investimentos de alto volume e capilaridade da SECID, reforçando a mensagem de municipalismo e transformação de vida na ponta. O destaque foi para a tese de doutorado de Guto Silva sobre o modelo de gestão do Paraná.

Pontos positivos: O anúncio de um pacote de R$ 150 milhões para pavimentação nos sete municípios do litoral do Paraná, via programa Asfalto Novo, Vida Nova. A divulgação de que o modelo de gestão do Estado virou tema de tese de doutorado é um elemento simbólico, de prestígio institucional. E há a continuidade da lógica de entrega de convênios e investimentos em infraestrutura urbana: pavimentação, mobilidade, modernização de vias.

Pontos de risco: Se a comunicação se repetir apenas com notícias sobre asfalto, pavimentação, e anúncio de investimento, sem inovação, sem novos formatos ou sem diversificação de pauta, pode haver desinteresse ou ceticismo.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Transformar os anúncios em narrativas de impacto concreto. Para o litoral, produzir material com mapas, listas de ruas a serem pavimentadas, cronogramas, antes/depois, dados sobre melhoria urbana, drenagem, acessibilidade, iluminação. Mostrar que o investimento traz melhoria de vida, segurança, mobilidade, saúde, valorização urbana.

2. Criar postagens segmentadas nas redes sociais para detalhar os investimentos anunciados para os municípios. Podem ser produzidos carrossel, com cada card voltado para os dados de um dos municípios contemplados.

Data: 13 de setembro de 2025

Total de 12 notícias (7 web, 3 impresso e 2 rádio)

Sentimento: Positivo, com foco nos anúncios de investimento

Tema predominante: Anúncio de investimentos nos municípios do Litoral (4 notícias).

Outros temas: Eleições 2026 (4), Tese de doutorado do secretário Guto Silva (2), Cursos digitais em parceria com a China (1), Investimentos de R$ 123 milhões em 10 cidades (1).

Análise qualitativa: O dia é um cruzamento estratégico de pautas sobre a capacidade de entrega da SECID, enquanto o secretário Guto Silva usa o doutorado e os investimentos em Ponta Grossa para validar a qualidade e a técnica do modelo de gestão do Paraná.

Pontos positivos: O anúncio de R$ 150 milhões para os 7 municípios do Litoral e o detalhamento dos R$ 123,2 milhões para 10 cidades reforçam o compromisso municipalista e a escala de investimento da SECID. A conclusão da tese de doutorado de Guto Silva sobre o modelo de gestão do Paraná é um ativo de credibilidade único.

Pontos de risco: A inserção das declarações na série sobre as eleições de 2026 e o foco na sucessão (comparando Guto Silva a Moro, Curi, Greca) aumentam o risco de a oposição questionar a finalidade eleitoral dos anúncios da Secretaria.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Aproveitar o alcance institucional para também comunicar políticas complementares, como mobilidade urbana, saneamento, habitação, acessibilidade, urbanismo sustentável, para consolidar a SECID como órgão de governança urbana ampla. As obras precisam ser constantemente associadas a resultados amplos de qualidade de vida, desenvolvimento econômico e social.

2. Lançar um programa de gamificação para engajamento dos servidores e colaboradores da SECID em torno de práticas de comunicação interna, transparência de projetos, cooperação entre áreas e fortalecimento da identidade institucional. A ideia é usar mecânicas de jogo que reconhecem esforços, estimulam participação e melhoram o fluxo de informações. Os participantes acumulam pontos ao completar ações como colaboração em campanhas internas, interação com os conteúdos (redes sociais, vídeos, comunicados, pesquisas), contribuições para newsletters e boletins, participação de formações, encontros, reuniões-chave, indicação de boas práticas ou histórias de sucesso, engajamento em ações de melhoria do clima interno, entre outras. A pontuação pode ser acompanhada online e os "vencedores" recebem prêmios de reconhecimento.

Data: 14 de setembro de 2025

Total de 2 notícias (todas veiculadas na web)

Sentimento: Positivo, com reverberação dos anúncios da SECID.

Temas: Obras em Ouro Verde, Ponta Grossa (1 notícia) e Investimentos de R$ 123 milhões em 10 cidades (1).

Análise qualitativa: O noticiário reafirma o volume de investimentos da SECID. O destaque vai para o anúncio de R$ 17 milhões em Ponta Grossa.

Pontos positivos: A matéria sobre a liberação de mais de R$ 123 milhões em obras urbanas para diversos municípios mantém a pauta de execução em escala e o compromisso municipalista da SECID. Já o anúncio de R$ 17 milhões em pavimentação para o Ouro Verde, em Ponta Grossa, foca em uma das maiores cidades do estado, reforçando que o Governo está solucionando gargalos urbanos em centros regionais-chave.

Pontos de risco: O anúncio em Ponta Grossa coloca o protagonismo da obra na Prefeita e no Deputado, enquanto a SECID é a fonte do recurso.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Testar uma iniciativa não convencional em um dos municípios com obras em andamento da SECID. Distribuir QR Codes por cartazes afixados em locais públicos de grande circulação de pessoas ou estabelecimentos públicos. O QR Code leva para um áudio storytelling de 60 segundos, narrado de forma leve e humana, explicando o porquê da obra, como ela resolve o problema identificado, histórias reais de moradores beneficiados. Se bem-sucedida pode ser repetida em outras cidades, aproximando a Secretaria da comunidade e transformando a obra em experiência cultural.

2. A cada anúncio de obra, os técnicos da SECID podem distribuir pequenos cartões para que os presentes deixem mensagens sobre como imaginam o bairro ou o município, dependendo do porte da iniciativa, depois da obra pronta. No dia da inauguração, representantes da Secretaria podem ler algumas dessas mensagens na solenidade. É uma iniciativa que tem potencial para estabelecer um vínculo emocional com a transformação urbana.

Data: 15 de setembro de 2025

Total de 6 notícias (3 web, 2 impresso e 1 rádio)

Sentimento:

Tema predominante: Investimentos em municípios do Litoral (3 notícias)

Outros temas: Tese de doutorado do secretário Guto Silva (1), Privatização da Celepar (1), Obras em Ouro Verde, Ponta Grossa (1).

Análise qualitativa: O secretário Guto Silva utiliza uma entrevista estratégica para consolidar o anúncio de R$ 150 milhões no Litoral. A pauta de execução é forte, mas o questionamento fiscal sobre o aumento dos custos do Governo traz um tom crítico ao noticiário do dia.

Pontos positivos: Detalhamento sobre o pacote de R$ 150 milhões no Litoral em entrevista do secretário Guto Silva. Informações sobre o investimento de R$ 17 milhões para pavimentação no Jardim Ouro Verde reforça o compromisso com a infraestrutura urbana nas cidades-polo.

Pontos de risco: A matéria do Plural que questiona a redução de custos versus aumento de empenho do Governo (acima de R$ 2 bilhões) cria um risco de credibilidade fiscal para a gestão. Isso pode ser usado pela oposição para questionar a eficiência e o custo do grande volume de obras anunciado pelo Governo do Estado, em especial a SECID.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Produzir mini-documentários com foco em narrativas humanas sobre impactos da infraestrutura. Por exemplo, o comerciante que dobrou o movimento, a mãe que agora consegue levar a criança ao colégio sem lama, o morador que esperou 40 anos por asfalto. As histórias das pessoas podem ser entremeadas com informações sobre as obras, como investimentos, número de trabalhadores envolvidos, tempo de duração. O formato é que cada mini-documentário tenha de 1 ou 2 minutos e seja editado com estética cinematográfica. O conteúdo pode ser publicado no canal do Youtube do Governo do Paraná, nas próprias redes sociais da SECID. O nome pode ser "Ruas que mudaram vidas"

2. A produção e, consequentemente, o conteúdo pode ser aproveitado para a elaboração de um especial a ser veiculado na TV Paraná Turismo, preferencialmente com narrativas de pessoas que vivem em cidades turísticas.

Data: 16 de setembro de 2025

Total de 77 notícias (66 web, 7 impresso e 4 rádio)

Sentimento: Positivo, mas com ruído político e fiscal

Tema predominante: Investimentos de R$ 116 milhões nas forças de segurança (53 notícias)

Outros temas: Celebração de mil convênios na SECID (8), Investimentos em Paranaguá (4), Obras no Litoral (3), Recursos para Guaramiranga (2), Regulamentação da Casa da Mulher (1), Recursos para Toledo (1) e para Jardim Ouro Verde (1), Pavimentação em Curitiba (1) e Investimentos da Copel para placas solares no Litoral (1), Redução de gastos x empenhos realizados (1).

Análise qualitativa: A SECID consegue um dia de execução de alto impacto com o detalhamento dos R$ 150 milhões para o Litoral e o anúncio de uma obra estratégica de R$ 70 milhões em Paranaguá (viadutos em U). A crítica surgiu em relação à privatização da CELEPAR e o aumento dos custos do Governo.

Pontos positivos: Ao anunciar e investir recursos em obras estruturantes, a SECID demonstra capacidade de planejamento, repasse de recursos e parceria com municípios, o que contribui para a credibilidade institucional. A presença do secretário Guto Silva no anúncio dos investimentos em segurança demonstra a relevância da Secretaria nas ações do Governo e o prestígio do titular da pasta.

Pontos de risco: O questionamento sobre a situação fiscal do Estado pode manchar a credibilidade do Governo, impactando também na SECID, que tem feito anúncios com alto volume de recursos a serem aplicados.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Preparar uma coletiva de imprensa, com transmissão online, com o secretário Guto Silva para tratar sobre o conjunto de anúncios realizados nos últimos dias, como a construção dos viadutos da Região Metropolitana de Curitiba e de Paranaguá, as obras do Litoral. O objetivo é detalhar o cronograma das obras a serem executadas, informando sobre a liberação dos recursos, o lançamento dos editais de licitação e a expectativa pelo início da obra.

2. Na pauta da SECID, é preciso incluir temas de urbanismo, como drenagem, calçadas acessíveis, acessibilidade, mobilidade sustentável, saneamento, participação cidadã. Mostrar que a Secretaria pensa a cidade como lugar de viver, não apenas em ruas asfaltadas. Isso amplia a percepção de que a secretaria tem uma visão urbana abrangente e moderna.

Data: 17 de setembro de 2025

Total de 89 notícias (76 web, 8 impresso e 5 rádio)

Sentimento: Positivo, com ênfase nas obras de infraestrutura.

Tema predominante: Celebração de mil convênios da SECID com municípios (32 notícias).

Outros temas: Regulamentação da Casa da Mulher (23), Pavimentação em Curitiba (11), Investimentos nas forças de segurança (7), Importância do setor privado para o desenvolvimento do Estado (7), Investimentos em Paranaguá (5), Eleições 2026 (2), Investimentos em Campos Gerais (1) e Emendas parlamentares (1).

Análise qualitativa: O destaque do noticiário são ações relacionadas à SECID, mas há registros sobre as eleições de 2026, colocando o secretário Guto Silva no centro do tabuleiro eleitoral.

Pontos positivos: A celebração de mil convênios para obras urbanas firmados nos últimos seis meses é uma notícia forte, que prova a capacidade de execução e agilidade da SECID/ Paranacidade. Já a regulamentação de programas de cunho social que têm interface com o urbanismo ou políticas estaduais mais amplas, como a Casa da Mulher, sugere que a SECID não só foca em pavimentação, mas dialoga com outras dimensões da política pública estadual.

Pontos de risco: A oficialização da pré-candidatura de Cida Borghetti e a citação explícita ao secretário Guto Silva como um dos nomes do PSD ao Governo o expõe ao escrutínio e ataque de opositores. A ex-governadora destaca criação da secretaria especial de combate à corrupção e recorde de convênios. Embora elogie a gestão subsequente, a pauta da corrupção/combate pode ser usada indiretamente para comparar ou criar narrativas de contraste com a atual SECID.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Divulgar o volume de investimentos da SECID reunindo os dados sobre as regiões. Deve ser redigido um press release por região, que deve conter o valor total investido naquela região, quantidade de municípios atendidos, população beneficiada, número de obras por região, tipos de obras e seus respectivos status, geração de emprego. Esse é um conteúdo que atrai atenção e gera repercussão.

2. Criar um vídeo com uma maquete digital da solução dos viadutos em U em Paranaguá. Ele deve ser narrado por um engenheiro ou técnico da SECID/Paranacidade, enfatizando a inovação e o planejamento logístico. O objetivo é usar um projeto complexo e inovador para reforçar a imagem de gestão técnica da Secretaria.

Data: 18 de setembro de 2025

Total de 30 notícias (14 impresso, 11 web e 5 rádio)

Sentimento: Positivo, com foco nas obras da pasta.

Tema predominante: Celebração de mil convênios entre a SECID e municípios (14 notícias).

Outros temas: Regulamentação da Casa da Mulher (5), Investimentos em Campos Gerais (4), Pavimentação em Curitiba (2), Investimentos em Umuarama (1), em Guamiranga (1), em Paranaguá (1), Importância do setor privado para o desenvolvimento do Estado (1) e Entrevista com o prefeito Eduardo Pimentel (1).

Análise qualitativa: O destaque do dia é a celebração de mil convênios e a consolidação de investimentos, validando o programa Asfalto Novo, Vida Nova como a maior iniciativa de urbanização da América do Sul. O alinhamento do prefeito de Curitiba (Eduardo Pimentel), que elogia o secretário Guto Silva e Ratinho Jr., é um ativo político que legitima o trabalho da pasta na Capital e no cenário eleitoral.

Pontos positivos: A celebração dos mil convênios em seis meses é a notícia mais forte do dia, pois é uma métrica irrefutável de agilidade, execução e municipalismo. A assinatura do convênio de R$ 34,8 milhões com Curitiba, a cidade-chave e centro de mídia, demonstra que a SECID atua de pequenas a grandes cidades. Nesse contexto, o apoio do vice-prefeito em exercício, Eduardo Pimentel, é um endosso político. Já a visita técnica aos viadutos de Paranaguá mostra que a obra de R$ 70 milhões está avançando para a fase de execução.

Pontos de risco: A notícias sobre os mil convênios é excelente, mas deve ser seguida por relatos de status de obra. A pauta precisa se mover rapidamente da assinatura para o edital/ordem de serviço, caso contrário, o número se torna um alvo.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Os últimos dias trouxeram notícias sobre o avanço do programa Casa da Mulher Paranaense, com foco na assinatura de decreto, na expansão para 30 unidades e os municípios contemplados. Vale sugerir pauta para uma emissora de televisão com foco no funcionamento do programa, mostrando uma das casas inaugurada recentemente, a de Antonina, e o impacto da ação na vida das mulheres.

2. A diversidade da pauta da SECID permite realizar uma comunicação multicanal e descentralizada. Além dos meios oficiais, envolver mídias locais nos municípios, rádios comunitárias, redes sociais regionais, newsletters. A ideia é garantir penetração em áreas remotas e municípios menores, ampliando a visibilidade da Secretaria.

Data: 19 de setembro de 2025

Total de 14 notícias (11 web, 1 TV, 1 rádio e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, na capilaridade e na execução

Tema predominante: A entrega de uma van para Rio Bom (6 notícias).

Outros temas: Pavimentação em Curitiba (1), Visita técnica a Paranaguá (1), Celebração de mil convênios (1), Construção de Passarela em Londrina (1), Investimentos em Guamiranga (1) e em Francisco Beltrão (1), Importância do setor privado para o desenvolvimento do Estado (1) e Eleições 2026 (1).

Análise qualitativa: O dia reforça a capilaridade e o volume de investimentos da SECID em todas as regiões. No entanto, um dos textos apresenta um desafio real em relação aos convênios firmados, a questão da morosidade nas prefeituras, que podem comprometer as entregas da SECID.

Pontos positivos: O asfalto 100% em Francisco Beltrão, notícia de alto impacto social, que reforça a eficácia do programa Asfalto Novo, Vida Nova. O repasse para a construção de uma passarela em Londrina foca em um problema crônico de segurança viária, demonstrando que a SECID atende às demandas urbanas críticas. Já a visita técnica à Paranaguá e a notícia sobre os investimentos em Guamiranga e Curitiba mantêm a agenda de execução e monitoramento da pasta ativa.

Pontos de risco: Em muitos casos, como a van de Rio Bom, não há menção explícita à SECID ou convênios estaduais, o que impede associar diretamente a pasta à ação. Isso reduz o ganho de visibilidade institucional.

Sugestão de ações de comunicação: 1. A SECID deve construir narrativas regionais constantes, com a produção de conteúdo colaborativo com as prefeituras municipais, especialmente para as redes sociais, mostrando andamento das obras, impactos e expectativas.

2. A Secretaria também deve acompanhar e documentar todas as fases dos projetos para a divulgação de "antes e depois" das intervenções. É uma forma de demonstrar que os investimentos geram resultados concretos, não apenas anúncios.

3. Há dias a AMEP não aparece no noticiário. Importante acompanhar de perto as ações da agência para divulgar, de modo a diversificar a pauta para além do asfalto.

Data: 20 de setembro de 2025

Total de 20 notícias (17 web e 3 impresso)

Sentimento: Positivo, focado no programa Asfalto Novo, Vida Nova.

Tema predominante: Asfalto Novo, Vida Nova no Sudoeste do Estado (16 notícias)

Outros temas: Eleições 2026 (2), Cobrança a deputados estaduais por prestação de contas (1) e Importância do setor privado para o desenvolvimento do Estado (1).

Análise qualitativa: O dia é de alta visibilidade para o programa Asfalto Novo, Vida Nova, com algum ruído político por causa das notícias sobre as eleições do próximo ano.

Pontos positivos: Houve ampla visibilidade para a notícia sobre a assinatura de 42 convênios com os municípios do Sudoeste no âmbito do programa Asfalto Novo, Vida Nova.

Pontos de risco: Como tem acontecido com frequência no período analisado, a antecipação do debate eleitoral é o principal ponto de atenção da cobertura diária, pois podem surgir temas que trazem reflexos para a gestão da SECID, já que o titular da pasta é apontado como pré-candidato a governador.

Sugestão de ações de comunicação: 1. O último trimestre do ano se aproxima e já é preciso organizar as ações para o período. Para "presentear" os principais públicos de interesse da SECID, a assessoria de imprensa pode editar um livro digital fotográfico em tom emocional e reunindo as principais ações e marcos da Secretaria ao longo do ano, mas com protagonismo das pessoas, sejam elas trabalhadores das obras, técnicos da pasta ou beneficiários das obras. O conceito é gente que constrói caminhos. O livro deve ir além de registrar obras, deve contar histórias, despertar orgulho e fortalecer o sentimento de pertencimento. A narrativa será guiada por emoção, humanidade e propósito público, evidenciando como cada servidor contribui para transformar o Paraná. A publicação ficaria disponível no site da SECID e seria amplamente divulgada nos canais internos, valorizando os servidores e reforçando o propósito institucional.

2. Para o fortalecimento da comunicação interna, promover encontros internos mensais em que um setor apresenta seus números de forma leve e visual, um servidor é convidado para explicar uma entrega que ninguém conhece bem. A ideia é alinhar narrativas, promover a integração das equipes e valorizar o trabalho dos servidores.

Data: 21 de setembro de 2025

Total de 3 notícias (todas veiculadas na web)

Sentimento: Positivo, foco em infraestrutura.

Temas: Asfalto Novo, Vida Nova (2 notícias) e vacinação (1).

Análise qualitativa: O noticiário do dia trouxe poucos registros relacionados à SECID, o que há é uma repercussão de ação de dias anteriores. É mais um domingo sem pautas especiais da Secretaria nos veículos de circulação dominical.

Pontos positivos: O investimento de R$ 314 milhões no Sudoeste demonstra que o Governo pensa além das grandes cidades. Para a SECID, reforça o compromisso de alcançar municípios menores, garantindo que a infraestrutura não fique restrita aos maiores centros urbanos.

Pontos de risco: A SECID precisa se posicionar não apenas como executor de obras, mas como agente estratégico de política urbana e social, com capacidade de integrar diferentes agendas e demandas.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Nas redes sociais, produzir vídeo animado com o detalhando sobre os municípios serão beneficiados com os R$ 314 milhões em convênios. Mostrar no mapa a distribuição dos recursos, o número de pessoas impactadas pelas obras.

2. Marcar entrevistas com o secretário Guto Silva e outros porta-vozes da SECID nas principais emissoras locais para tratar sobre os investimentos, informando quais serão os próximos passos após o anúncio.

3. Realizar um evento de trabalho virtual ou presencial com representantes da SECID e os prefeitos do Sudoeste. O foco não deve ser repetir o valor (R$ 314 mi), mas sim tratar sobre o cronograma de ações e a alocação específica por município e tipo de obra.

Data: 22 de setembro de 2025

Total de 24 notícias (18 web, 3 rádio e 3 impresso)

Sentimento: Positivo, com destaque para entregas, investimentos, projeções de futuro

Tema predominante: Contratação de empresas de engenharia (8 notícias).

Outros temas: Asfalto Novo, Vida Nova (7), Casa da Mulher (3), Visita institucional do prefeito de Marechal Rondon (2), Eleições 2026 (2), Projeto do trem Pé Vermelho (1) e Reunião de deputados em Londrina (1).

Análise qualitativa: O dia apresenta um volume moderado de matérias, mas com alta densidade institucional, conectando articulação política regional, investimentos em infraestrutura e urbanização e estratégias de desenvolvimento econômico.

Pontos positivos: A SECID aparece como protagonista do maior programa de urbanização da América Latina, consolidando sua imagem de relevância estratégica. As ações demonstram a articulação multirregional, com as diversas regiões do Estado aparecendo e reforçando capilaridade política da pasta.

Pontos de risco: A matéria sobre contratação de empresas de engenharia expõe uma fragilidade, o reconhecimento de que pode haver atraso ou lentidão na entrega de projetos.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Para garantir a repercussão pós-anúncios, nas redes sociais, produzir material sobre o que já mudou nos bairros, a partir do ponto de vista dos moradores. Com obras em tantos municípios, esse material pode contar com conteúdo geolocalizado, depoimentos das pessoas e imagens das obras. O ideal é diversificar nos tipos de obra, trazendo pavimentação, iluminação, moradia, praças para demonstrar a capilaridade e a amplitude de atuação da SECID.

2. Realizar uma ação de endomarketing e alinhamento com prefeituras que têm convênios com a SECID. Essas reuniões podem ser regionais, em formato virtual ou presencial, com os assessores de comunicação dos municípios beneficiados. A ideia é apresentar um material de comunicação (logos, artes, textos-base) e orientar sobre como podem replicar a mensagem sobre as obras realizadas com recursos da Secretaria em suas redes, sempre destacando a parceria com o Governo do Estado. Dessa forma, tenta-se garantir que a narrativa seja coerente e multiplicada em todas as esferas, evitando que os prefeitos apresentem as obras apenas como conquistas individuais.

Data: 23 de setembro de 2025

Total de 96 notícias (81 web, 11 impresso, 2 TV e 2 rádio)

Sentimento: Positivo, com pauta de entregas maciças e iniciativas sociais pioneiras

Tema predominante: Menor alíquota do IPVA do País (57 notícias)

Outros temas: Investimentos de R$ 65 milhões em 27 municípios (21), Investimentos em Marechal Rondon (3), Rio Azul (3), Faxinal (2), Apucarana (1), Francisco Beltrão (1), Bairro Azul (1), Paranaguá (1), Programa Olho Vivo (1), Casa da Mulher (1), Celebração de mil convênios (1), Asfalto Novo, Vida Nova (1), Eleições 2026 (2).

Análise qualitativa: O destaque do dia foi a alíquota do IPVA, notícia que não se relaciona diretamente com a SECID. Da Secretaria, as matérias reforçam conquistas, investimentos, sonhos antigos sendo atendidos e programas estruturantes. A presença de termos como garantia, libera recursos, vai ser realizado, promessa cumprida fortalece a percepção de eficiência estatal.

Pontos positivos: A forte presença em investimentos e convênios, com a Secretaria aparecendo mais uma vez como grande ponto de contato entre governo e municípios. Há registros de casos emblemáticos de transformação urbana, como o bairro Lago Azul, em Cascavel, um grande símbolo de mudança de qualidade de vida. Além disso, constata-se uma ampliação temática da pasta, com citações à Casa da Mulher Paranaense, ao programa Olho Vivo. As matérias também comunicam entregas tangíveis, muito valorizadas pelos municípios.

Pontos de risco: Pressão por início da execução de obras anunciadas ou de recursos liberados para os municípios.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Há uma novidade na pauta do dia, o comentário sobre o lançamento do programa Olho Vivo, de aquisição de câmeras de reconhecimento facial nos municípios. Vale explorar mais o assunto, inclusive para minimizar questionamentos sobre a acurácia da tecnologia. Preparar o lançamento da iniciativa, realizando um evento com a presença de representantes dos municípios alvo e uma coletiva de imprensa.

2. Assim como outros programas da SECID, criar um painel interativo para o Casas da Mulher Paranaense, com mapa interativo, dados de cada uma das 30 unidades, histórias de mulheres beneficiadas, na medida que as casas forem entregues, contagem regressiva para entregas. Mais uma ferramenta de transparência para as ações da Secretaria.

Data: 24 de setembro de 2025

Total de 18 notícias (14 web e 4 impresso)

Sentimento: Positivo, o domínio da pauta é a inovação e o benefício fiscal

Tema predominante: Alíquota do IPVA (11 notícias)

Outros temas: Investimento de R$ 65 milhões em 27 cidades (4), Programa Olho Vivo (1), Recursos para São José dos Pinhais (1) e Faxinal (1).

Análise qualitativa: O anúncio do Programa Olho Vivo (R$ 500 milhões), que transforma o Paraná em laboratório de segurança com reconhecimento facial, muda o eixo da comunicação da pasta, projetando ações de tecnologia urbana e cidades inteligentes.

Pontos positivos: O anúncio do Programa Olho Vivo e o futuro programa de semáforos inteligentes trazem o debate de cidades inteligentes para a ordem do dia da SECID. A aquisição de 20 mil câmeras é um investimento alto e quantificável, que atende a uma demanda primária da população pela segurança. Já a continuidade da liberação de R$ 65 milhões para 27 municípios e convênios pontuais (LED, CMEI em Faxinal) na pauta mantêm o ritmo das entregas da Secretaria.

Pontos de risco: Em relação ao programa Olho Vivo, atrasos na licitação pelos municípios ou falhas de integração do software de reconhecimento facial podem gerar críticas da população.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Enviar release personalizado para os veículos de comunicação de cada região, destacando especificamente os investimentos na área de cobertura deles. O objetivo é gerar mais matérias locais, mostrando que o Governo não se comunica apenas pela grande mídia de Curitiba, mas valoriza e atende todas as regiões.

2. Consolidar a narrativa de que a SECID pensa cidade inteligente para todos. Elaborar press releases com a conexão entre iniciativas como o Ilumina Paraná, o Olho Vivo, modernização e digitalização da infraestrutura urbana, futuro anúncio do Google/Waze. A pauta tem a possibilidade de ir além do asfalto mais uma vez.

3. Oferecer entrevista exclusiva do secretário Guto Silva para um outro veículo de comunicação de grande visibilidade sobre cidades inteligentes, em que o Governo do Paraná já investiu e vai entregar aos municípios e quais são as ações de médio e longo prazos.

Data: 25 de setembro de 2025

Total de 6 notícias (4 web, 1 TV, 1 impresso)

Sentimento: Positivo, com uma pauta diversificada

Temas: Investimentos de R$ 65 milhões em 27 municípios (2 notícias), Modernização das regiões metropolitanas (1), viagem do secretário Guto Silva a Arábia Saudita (1), Recursos para São José dos Pinhais (1) e Alíquota do IPVA (1).

Análise qualitativa: A SECID projeta sua imagem globalmente com a missão de Guto Silva na Arábia Saudita, reforçando a narrativa de que o Paraná busca as soluções mais inovadoras do mundo para suas cidades. O envio do PL de reorganização metropolitana comprova a busca por modernização na gestão regional.

Pontos positivos: A matéria televisiva sobre a reorganização das regiões metropolitanas do Estado tem um forte caráter técnico-institucional, pois enquadra a SECID como produtora de uma mudança estrutural através da Agência de Assuntos Metropolitanos.

Pontos de risco: A viagem internacional do secretário Guto Silva pode ser alvo de críticas se não trouxer resultados palpáveis para o Estado. Além disso, as mudanças em algumas regiões metropolitanas podem gerar ruído político e críticas regionalizadas, apesar da garantia de manutenção de recursos e do estímulo a consórcios.

Sugestão de ações de comunicação: 1. O tema da reorganização das regiões metropolitanas traz uma série de oportunidades de comunicação para a SECID. Uma delas é explicar de forma didática como a iniciativa melhora a vida das pessoas (mobilidade, água, transporte), o que muda nos municípios e como pode impactar na vida das pessoas. É um ótimo assunto para o jornalismo de emissoras de televisão e rádio.

2. Criar uma série de vídeos ou stories nas redes sociais da SECID, focando exclusivamente nas soluções que estão sendo estudadas durante a viagem ao exterior. Mostrar protótipos de cidades inteligentes, gestão de tráfego, ou sistemas de segurança que possam ser adaptados ao Paraná.

3. Produzir uma seção de perguntas e respostas para as redes sociais sobre as mudanças nas regiões metropolitanas. Podem ser abordadas questões como a perda de recursos, o que se ganha com a medida, o que são consórcios. A estratégia antecipa a controvérsia política com informação simples e técnica.

Data: 26 de setembro de 2025

Total de 10 notícias (7 web, 2 rádio e 1 impresso)

Sentimento: Positivo, com foco em obras

Temas: Revitalização da Av. Bento Munhoz em União da Vitória (2), Instalação do primeiro Ponto Paraná (2), Implantação do CERTI em Toledo (1), Investimentos em Dois Vizinhos (1), Assembleia Itinerante (1), Hospital de São Mateus do Sul (1), Eleições 2026 (1), Agenda do fim de semana (1).

Análise qualitativa: O dia reforça a imagem da SECID como agente de entregas, inclusive na resposta a crises após eventos climáticos. A inspeção final do Hospital em São Mateus do Sul transfere a narrativa do anúncio para a conclusão e inauguração, o que é um passo fundamental para o ciclo de execução.

Pontos positivos: A inspeção técnica detalhada e o termo de pré-entrega do Hospital em São Mateus do Sul marcam o sucesso na conclusão de uma obra de saúde pública de R$ 12 milhões. Isso valida a capacidade do Governo de entregar projetos complexos e de alto impacto social, com a SECID atestando a qualidade da execução. Os recursos da Secretaria para a reforma do Centro Cultural e a construção de uma nova escola em Dois Vizinhos mostram que a pasta não foca apenas em pavimentação, mas em infraestrutura que apoia a educação, cultura e bem-estar social nas cidades. O anúncio do primeiro Ponto Paraná em Juranda reforça o avanço na digitalização e aproximação dos serviços públicos estaduais do cidadão, uma pauta de modernização que se alinha aos projetos tecnológicos da SECID.

Pontos de risco: A Assembleia Itinerante frequentemente coleta e apresenta pedidos de obras e recursos, o que pode criar uma lista paralela de demandas que a SECID terá que gerenciar e priorizar em meio aos investimentos já anunciados.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Organizar seminários voltados para a prevenção a desastres climáticos nas cidades. Uma ação que também pode ser preparatória para a COP 30 e dialoga diretamente com o tema das cidades inteligentes, que não devem ser apenas tecnológicas, mas sustentáveis e resilientes também.

2. Explorar o projeto do Ponto Paraná em sugestões de pauta, vídeos para redes sociais, explicando o projeto, com dados sobre investimentos, serviços a serem prestados, quantidades de unidades que devem ser instaladas no Estado.

Data: 27 de setembro de 2025

Total de 1 notícia, veiculada na Rádio Cultura Sul

Sentimento: Positivo, relacionado à entrega de unidade de saúde

Tema: Obra do Hospital Doutor Paulo Fortes em São Mateus do Sul

Análise qualitativa: A única notícia do dia informa a participação da SECID na inspeção técnica de hospital para sua inauguração, uma ação que gera valor à imagem da pasta.

Pontos positivos: A inspeção técnica final (pré-entrega) do hospital sinaliza a conclusão de uma obra essencial para a saúde regional, capitalizando o crédito da SECID e do Governo por entregar um projeto de R$ 12 milhões iniciado em 2019.

Pontos de risco: O fato de a data da inauguração com o governador ainda estar a ser definida gera um risco de timing. Após a pré-entrega, a população espera a inauguração imediata, principalmente porque é uma obra que teve início em 2019.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Ainda sobre o projeto de lei de reorganização das regiões metropolitanas do Estado, organizar uma coletiva de imprensa com representantes da AMEP para detalhar a proposta de forma didática. Usar mapas comparativos visuais, infográficos e slides para explicar a mudança, além de elaborar um press kit com uma nota explicativa, perguntas e respostas. No encontro com os jornalistas, tratar sobre o processo de elaboração do projeto de lei, os dados técnicos que subsidiaram o texto.

2. Promover seminários nos principais municípios-polo afetados para reunir prefeitos, lideranças políticas e demais interessados também para explicar as mudanças. Também é uma forma de atender a Imprensa regional, que não tem a possibilidade de se deslocar à capital para acompanhar entrevista coletiva sugerida.

3. Agendar entrevistas em emissoras de rádio regionais com representantes da AMEP para tratar sobre a modernização das regiões metropolitanas do Estado.

Data: 28 de setembro de 2025

Não há registro de notícias neste dia.

Data: 29 de setembro de 2025

Total de 2 notícias, veiculadas nos sites A Rede e JB Litoral

Sentimento: Positivo, seguindo agenda de anúncios

Temas: Recursos para asfaltamento em Ortigueira e novas regras para utilização do calçadão de Balneário Ipanema

Análise qualitativa: As notícias do dia evidenciam dois perfis de atuação, do interior/região serrana com foco em infraestrutura básica (asfalto) e litoral/área costeira com foco em gestão do espaço público / convivência urbana.

Pontos positivos: O anúncio de R$ 6,6 milhões para asfalto em Ortigueira é um investimento robusto e de transformação para a cidade, que reforça o programa Asfalto Novo, Vida Nova e o compromisso com os Campos Gerais. A notícia sobre as novas regras de uso do Calçadão em Balneário Ipanema mostra a atenção à qualidade de vida e à modernização de espaços públicos, garantindo a boa convivência entre moradores, turistas e o setor produtivo.

Pontos de risco: Como se trata de um anúncio de recursos, o principal risco é a morosidade da Prefeitura de Ortigueira na elaboração do projeto executivo e na licitação. O timing é crucial para que o crédito político do anúncio não se perca. Além disso, matérias de asfaltamento em municípios menores tendem a ter alcance mais restrito, o que reduz o impacto simbólico estadual da ação.

Sugestão de ações de comunicação: 1. A SECID tem muitas ações, mas dispersas e, por isso, registrar é vital para legado e segurança. Nesse sentido, criar repositório de fotos, releases, vídeos, dossiês por obra. Esse acervo subsidiará ações de comunicação institucional e digital. Além disso, pode ajudar a desenvolver um anuário SECID com principais entregas e investimentos regionais no fim do ano.

2. A atuação da SECID é regionalizada, então, usar a imprensa local é estratégico para a divulgação das ações da pasta. É estratégico criar kits de pauta regionais, com informações prontas para a Imprensa local. Vale também enviar releases antecipados informando inspeções, visitas técnicas e entregas, com dados e histórico.

Data: 30 de setembro de 2025

Total de 6 notícias (3 impresso e 3 web)

Sentimento: Positivo, com foco em investimentos em infraestrutura

Temas: Pavimentação em Quinta do Sol (2 notícias), Investimentos em Rio Azul (1), Ortigueira (1), Informações sobre o Irriga Paraná (1), Contas equilibradas da Prefeitura de Curitiba (1).

Análise qualitativa: O noticiário do dia consolida a prioridade do Governo do Paraná na infraestrutura urbana, com três cidades do interior recebendo grandes aportes. O anúncio de R$ 10 milhões para pavimentação em Quinta do Sol é um investimento de alto impacto para um município de pequeno porte. E a notícia sobre a saúde fiscal de Curitiba é um endosso à gestão do grupo político, reforçando a narrativa de responsabilidade fiscal que viabiliza os investimentos.

Pontos positivos: O anúncio de R$ 10 milhões em pavimentação para Quinta do Sol e o reforço da verba para Rio Azul e Ortigueira demonstram a continuidade e a capilaridade do programa Asfalto Novo, Vida Nova em diferentes regiões. O destaque para o reequilíbrio dos cofres de Curitiba é uma notícia de gestão importante que endossa a capacidade administrativa do grupo político atual, contrastando com o discurso de que grandes investimentos comprometem as finanças.

Pontos de risco: A repetição diária de anúncios de verba, sem uma notícia forte de início físico de obra (ordem de serviço), pode levar à saturação do noticiário e ao ceticismo da população sobre a velocidade real da execução.

Sugestão de ações de comunicação: 1. Depois da conclusão das obras, promover follow-up, buscando informações sobre as condições das vias, manutenção, impactos à população, e comunicar os resultados. Isso consolida a reputação de compromisso real, não apenas anúncios.

2. Preparar notas técnicas para consumo dos gestores da SECID e também para subsidiar secretários de outras pastas e o próprio governador sobre as ações da pasta em cada município do Estado, com dados sobre investimentos, cronograma, status atual. Dessa forma, nas visitas às cidades, conversas com lideranças e em entrevistas para a Imprensa regional, todo o Governo estará alinhado, com informações atuais e fidedignas sobre as obras.