

**Secretaria de Estado das Cidades -
SECID**

CONCORRÊNCIA Nº 04/2025

**PLANO DE
COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**

tread

marketing

EXERCICIO CRIATIVO

RACIOCINIO BASICO

O Governo do Paraná busca incessantemente oferecer bem-estar à população em todas as áreas que envolvem a qualidade de vida dos moradores. Para que isso aconteça, a Secretaria das Cidades desempenha uma missão fundamental: definir políticas, planejar, executar, coordenar e controlar atividades ligadas ao desenvolvimento urbano e regional, incluindo aglomerações urbanas e áreas rurais, além de integrar os municípios e ordenar o pleno desenvolvimento das cidades.

A Secretaria de Estado das Cidades do Paraná (Secid/PR) é responsável pela articulação com entidades e programas federais, coordenando os interesses do Estado e dos municípios na captação de recursos e no acesso a apoio técnico especializado. A pasta também formula a política de desenvolvimento urbano do Paraná e oferece assistência técnica abrangente às municipalidades e associações, contribuindo para aprimorar serviços locais e solucionar desafios comuns.

Dentro deste contexto, o Governo do Paraná desenvolve inúmeros projetos por meio da Secretaria das Cidades, abrangendo obras de pavimentação, infraestrutura viária, equipamentos públicos, iluminação, habitação popular e planejamento territorial. A pasta ainda coordena as microrregiões de água e esgoto, fundamentais para avançar na universalização do saneamento, cumprir metas globais e reduzir desigualdades territoriais.

Além dessas funções, a Secid exerce atribuições técnicas essenciais ao coordenar obras de engenharia de interesse estadual, definir parâmetros técnicos, fiscalizar serviços, manter tabelas de custos e apoiar estudos estruturantes, garantindo eficiência e qualidade na infraestrutura pública.

Com uma agenda tão ampla e impactante, teremos a missão de conduzir uma comunicação estratégica e assertiva, contemplando todos os programas e iniciativas desenvolvidas pela pasta, ampliando a exposição positiva dos convênios firmados com as prefeituras e dos investimentos que transformam a vida dos cidadãos paranaenses.

A equipe atuará de forma proativa na identificação de oportunidades de divulgação nos principais veículos de imprensa, assim como em mídias regionais, no relacionamento com os jornalistas e gestão de eventuais crises de imagem.

Todas as ações da agência junto à Secid serão conduzidas em conformidade com as diretrizes do SICOM e com o art. 37, §1º da Constituição Federal, garantindo que a

comunicação tenha caráter legal, educativo, informativo e de orientação, guiada por transparência e interesse público.

O trabalho incluirá o mapeamento estratégico dos públicos-alvo (população beneficiada, imprensa, prefeitos, consórcios intermunicipais, associações municipais, servidores e lideranças) para assegurar comunicação qualificada e territorialmente sensível.

Outro ponto central será ampliar o conhecimento da população sobre os investimentos regionais, demonstrando como cada ação contribui para melhorar o cotidiano das pessoas e fortalecer o desenvolvimento urbano do Paraná. Vamos construir junto à diretoria e técnicos da Secretaria um portfólio atualizado de entregas, com resultados concretos e um cronograma que poderá ser amplamente divulgado, para mostrar que o Governo é transparente e está perto da população.

A comunicação será fundamentada na visão das cidades do futuro, ou seja, cidades sustentáveis, inclusivas, inteligentes, conectadas e alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs). A narrativa institucional mostrará como os programas da Secid promovem infraestrutura resiliente, mobilidade segura, saneamento, habitação e redução de desigualdades, reforçando que as obras de hoje constroem o Paraná do futuro.

A imprensa terá papel determinante. O foco da divulgação será impulsionado por articulação com veículos regionais por meio de uma equipe dedicada exclusivamente à prospecção e atendimento contínuo dessas redações, fortalecendo a presença institucional da Secid junto à população. Paralelamente, uma estratégia digital robusta, com campanhas, conteúdos explicativos, vídeos de antes e depois e dados por município, tornará visíveis os resultados da pasta.

Todo o material para as redes sociais será produzido com uma linguagem simples e direta, de modo a atingir todos os níveis da população. Os canais oficiais serão o ponto de referência para quem busca informações sobre determinada obra ou investimento.

A nossa proposta também vai elevar e planejar a comunicação certa para aumentar a visibilidade dos convênios firmados com as prefeituras. Em parceria com a Secom, vamos sugerir eventos para que o Governador participe, estendendo o convite a lideranças e políticos locais, além da imprensa e formadores de opinião.

A comunicação dos convênios com prefeituras será intensificada em todas as plataformas, com apoio da SECOM para agendas oficiais e eventos que ampliem a cobertura e fortaleçam a relação Estado–municípios.

A proposta de comunicação sugerida pela empresa terá caráter verdadeiramente 360 graus, integrando todos os canais relevantes e alcançando, de forma precisa, os públicos prioritários. Trabalhamos com a convicção de que as cidades do Paraná têm plena capacidade de incorporar os desafios e oportunidades das cidades do futuro e nossa comunicação será estruturada para apoiar essa jornada com clareza, inovação e impacto.

Todas as ações podem ser conferidas no Plano de Ação apresentado na sequência. E, para mensurar os resultados, faremos um monitoramento de mídia detalhado, com um acompanhamento diário de menções e respostas rápidas à imprensa e canais digitais.

PLANO DE AÇÃO

O Estado do Paraná vive um momento singular em sua trajetória de desenvolvimento, marcado pela expansão de obras de infraestrutura urbana, investimentos em pavimentação, modernização de vias, avanços na política habitacional e ações de iluminação pública que impactam diretamente a rotina e a qualidade de vida da população. Esses programas são pilares da construção das cidades do futuro - territórios sustentáveis, integrados, modernos e alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), tema central deste exercício criativo.

Por meio de programas da Secretaria das Cidades (Secid) como Asfalto Novo, Vida Nova, Pavimentação sobre Pedras Irregulares, Casa Fácil Paraná, Ilumina Paraná, além de diversas modalidades de apoio técnico e financeiro aos municípios, o Governo do Estado promove melhorias efetivas na mobilidade, na segurança, na valorização de bairros e no ambiente urbano das cidades paranaenses.

Deste modo, a Secid desempenha papel essencial nesse processo. É o órgão responsável por articular políticas de urbanismo, pavimentação, habitação e infraestrutura, conectando Estado e municípios em um pacto sólido, orientado por planejamento, engenharia, eficiência e foco nas entregas. Nas visitas regionais, nas entregas de obras e na articulação com prefeituras, a pasta se apresenta como elo técnico e institucional da transformação territorial do Paraná.

Como apresentado no Raciocínio Básico, nossa empresa estruturou o presente Plano de Ação com o objetivo de ampliar, fortalecer e disseminar a comunicação sobre os investimentos, programas, parcerias e convênios conduzidos pela Secid, adotando boas práticas de comunicação pública, linguagem acessível, transparência ativa e foco em impacto regional.

O desafio principal consiste em consolidar o entendimento público sobre o papel da Secid como secretaria estruturante, técnica e responsável pela articulação territorial das políticas urbanas do Estado.

O plano foi desenvolvido de forma integrada, interligando estratégia de relacionamento com a mídia (a), ações operacionais junto aos veículos (b) e produção de materiais (c), frentes que, quando trabalhadas em conjunto, garantem coerência narrativa, previsibilidade editorial, redução de ruídos e fortalecimento institucional.

- Direcionamento estratégico da comunicação

Para que a comunicação seja capaz de enfrentar o desafio proposto e fortalecer a reputação da Secid, é essencial adotar um direcionamento estratégico baseado em comunicação direta, assertiva e orientada a resultados concretos. Ou seja, uma comunicação estruturada para traduzir complexidade técnica em clareza pública, reduzindo assimetrias de informação entre Governo, municípios e população. Em nossos estudos, identificamos que a comunicação institucional bem-sucedida precisa estar ancorada em cinco princípios:

1. Valorizar entregas reais: focar a comunicação na entrega de obras, serviços, projetos, investimentos e indicadores mensuráveis.
2. Evidenciar o impacto direto na vida das pessoas: mostrar com clareza “o que muda na minha vida” quando uma rua é pavimentada, uma luminária é trocada ou uma casa é entregue.
3. Reforçar a transparência no uso de recursos públicos: detalhar critérios técnicos, etapas das obras, fluxos de convênios e mecanismos de financiamento.
4. Mostrar parceria com municípios, prefeitos e comunidades: destacar que a política urbana do Paraná é construída em colaboração.
5. Dar protagonismo ao cidadão, não apenas às instituições: divulgar histórias reais, depoimentos, melhorias percebidas e benefícios diretos.

- Adequação da mensagem aos diferentes públicos estratégicos

Para que esses princípios se concretizem na prática, o plano prevê uma comunicação adaptada a cada público, reconhecendo perfis, necessidades e níveis diferentes de familiaridade com temas de infraestrutura e gestão urbana. Essa segmentação é indispensável para reduzir ruídos, fortalecer vínculos territoriais e garantir que a comunicação chegue de forma eficaz aos diferentes interlocutores.

- Público geral: linguagem simples e utilitária, focada em “o que muda na minha vida”.
Prefeituras e gestores municipais: conteúdo técnico, editais, dados de investimento, orientações operacionais e passo a passo dos programas.
- Imprensa e formadores de opinião: releases claros, números, contexto regional, porta-vozes técnicos, cronogramas detalhados e acesso facilitado a dados.

- Comunidade local: informações objetivas sobre obras, prazos, benefícios, geração de emprego, impacto econômico e transformação dos territórios.
- Desafios de comunicação identificados

Apesar dos avanços estruturais do Governo do Paraná e da forte atuação da Secid em todas as regiões do Estado, o diagnóstico técnico apresentado revela desafios expressivos no campo comunicacional:

- Baixa compreensão sistêmica dos programas da Secid por parte da população e até de setores da mídia, que muitas vezes enxergam obras isoladas, mas não a estratégia estadual que as organiza.
- Cobertura fragmentada da imprensa, concentrada em entregas pontuais, sem aprofundamento sobre impacto social, econômico e urbanístico.
- Riscos reputacionais decorrentes da exposição do secretário, que podem ser interpretados como “uso político da máquina” caso não haja diversificação de portavozes e comunicação baseada em dados e técnica.
- Assimetrias de comunicação entre Estado e municípios, com prefeituras divulgando obras sem padronização de narrativa institucional.
- Ausência de conteúdo técnico aprofundado, dificultando a compreensão de critérios, investimentos e parâmetros que norteiam a política urbana estadual.

O presente Plano de Ação, portanto, busca responder diretamente a estes desafios, adotando uma abordagem de comunicação integrada com foco em:

- Padronização narrativa: A padronização narrativa é fundamental para garantir que todas as mensagens emitidas pela Secretaria das Cidades e pelos municípios parceiros transmitam coerência, clareza e alinhamento institucional. Diante de um cenário em que diferentes prefeituras divulgam obras de forma isolada, com abordagens variadas e, muitas vezes, desconexas da estratégia estadual, a uniformização do discurso assegura que o cidadão compreenda que as ações fazem parte de uma política pública estadual articulada, planejada e contínua. A padronização também reduz ruídos, fortalece o entendimento da população sobre os programas da Secid e contribui para consolidar a percepção de que as entregas seguem critérios técnicos e objetivos, não interpretações locais ou personalistas.

- **Relacionamento qualificado com a imprensa:** O relacionamento qualificado com a imprensa é um eixo central para ampliar a visibilidade das ações da Secid, garantir transparência e construir confiança com jornalistas regionais, estaduais e nacionais. Em um ambiente de ampla circulação de informações e crescente disputa por narrativas, aproximar-se dos veículos de comunicação com dados consistentes, porta-vozes preparados, acesso facilitado e atendimento ágil é determinante para consolidar a Secretaria como fonte oficial e confiável. Esse relacionamento estruturado permite não apenas ampliar o volume de matérias positivas, mas também assegurar que reportagens sobre obras, convênios e investimentos sejam contextualizadas, aprofundadas e representem fielmente a atuação técnica da pasta.
- **Produção de conteúdo técnico e acessível:** A produção de conteúdo técnico e acessível é essencial para traduzir temas complexos como pavimentação, critérios de financiamento, cronogramas de execução, regularização fundiária ou políticas habitacionais, em informações que possam ser compreendidas tanto por gestores públicos quanto pela população. Ao oferecer materiais claros, objetivos e visualmente didáticos, a Secid possibilita que cidadãos, jornalistas e municípios entendam o impacto das ações, acompanhem etapas de obra e reconheçam a lógica por trás dos investimentos. Esse processo fortalece a transparência, reduz dúvidas e amplia a credibilidade da pasta ao demonstrar domínio técnico e compromisso com a comunicação pública de qualidade.
- **Fortalecimento da imagem institucional:** O fortalecimento da imagem institucional é uma resposta estratégica ao desafio de manter a atuação da Secid reconhecida como técnica, transparente e voltada ao interesse público, especialmente em períodos de maior sensibilidade política. Ao reforçar o papel da Secretaria como órgão estruturante, articulador e responsável por transformar a infraestrutura urbana do Estado, a comunicação fortalece sua reputação e consolida o entendimento de que as entregas resultam de planejamento e engenharia, não de agendas personalizadas. Uma imagem institucional sólida protege a pasta de interpretações equivocadas, amplia a confiança de prefeitos e comunidades e qualifica o diálogo com a sociedade paranaense.
- **Regionalização da comunicação:** A regionalização da comunicação permite que as mensagens da Secid reflitam as especificidades, necessidades e prioridades das diferentes regiões do Paraná. Um estado de dimensões amplas e realidades diversas exige que a comunicação seja sensível às particularidades locais, valorizando entregas

específicas, dados municipais e impactos territoriais concretos. Adaptar conteúdos por microrregião, sobretudo para rádios, TVs locais e portais municipais, que têm grande influência na opinião pública, aumenta a relevância das mensagens, gera identificação imediata e potencializa a percepção de que o Governo do Estado está presente e atento às demandas de cada território.

- Mitigação de riscos reputacionais: A mitigação de riscos reputacionais é indispensável em um ambiente de alta exposição pública e intenso acompanhamento da imprensa. A estratégia de comunicação integrada busca antecipar pontos sensíveis, preparar porta-vozes, produzir informações técnicas consistentes e responder rapidamente a críticas, dúvidas ou interpretações equivocadas. Ao estruturar protocolos de crise, Q&As, mensagens-chave e fluxos de atendimento à imprensa, a Secid reduz a possibilidade de distorções narrativas, preserva sua credibilidade institucional e garante que eventuais controvérsias sejam tratadas com agilidade, transparência e responsabilidade.

A seguir, apresentamos a estratégia, as ações previstas e os materiais a serem produzidos, organizados conforme solicitado pelo edital e fundamentados no diagnóstico acima.

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

A estratégia de relacionamento com a mídia combina ações de visibilidade qualificada, aproximação com veículos estratégicos e ampliação de capilaridade regional. Entre as iniciativas:

1. Encontros do secretário com grandes veículos nacionais: Levar o secretário para encontros presenciais com redações como O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e Valor Econômico, reforçando a imagem da Secid como órgão técnico e estratégico no desenvolvimento estadual.
2. Criação de mailing estruturado por microrregião: Construção de um banco atualizado de veículos regionais, rádios, TVs, portais municipais, influenciadores locais e redações da capital.
3. Divulgação ampliada de convênios: Cada assinatura de convênio entre a Secid e municípios será amplamente divulgada, com envio de fotos, vídeos, textos detalhados e cronograma de execução, garantindo transparência e presença constante na mídia regional.

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

1. Produção de balanço completo da gestão: iniciaremos com a produção de um dossiê completo das obras, ações, investimentos e convênios realizados pela Secid, servindo de base para pautas estratégicas.
2. Pauta exclusiva no Valor Econômico: Sugestão de pauta aprofundada e entrevista exclusiva sobre resultados, eficiência e impacto econômico dos programas estaduais de urbanismo e infraestrutura.
3. Campanha regionalizada com RPC/Globo: Proposição de campanha editorial com a RPC Globo e afiliadas, destacando convênios e obras que transformam a infraestrutura e o cotidiano das regiões.

c) Materiais a serem produzidos

Para garantir capilaridade, clareza e previsibilidade da comunicação das ações da Secretaria das Cidades e do Governo do Paraná, iremos produzir um conjunto variado de materiais, com formatos adequados a diferentes canais, públicos e objetivos. Esses conteúdos serão essenciais para abastecer ações de imprensa, redes sociais, campanhas digitais, relacionamento institucional e comunicação interna.

Conteúdos institucionais e técnicos

- Releases institucionais semanais com balanços de obras e entregas.
- Media kit da Secid com dados, fotos, depoimentos e logos oficiais.
- Guias rápidos para gestores municipais com orientações de convênios e relacionamento com a Secid.
- Newsletter mensal com novidades, entrevistas e atualizações de programas.
- Apresentações institucionais para eventos, workshops, roadshows e reuniões oficiais.
- Produção de “fichas técnicas” de obras e programas, padronizadas para facilitar o uso pela imprensa e pelos municípios.
- Criação de dossiês temáticos trimestrais (saneamento, pavimentação, habitação, iluminação pública) para pautas aprofundadas.
- Mapeamento de boas práticas municipais atendidas pela Secid e organização de um “repositório de cases de sucesso”.

- Conteúdos audiovisuais e digitais
 - Vídeos curtos de obras finalizadas e depoimentos de prefeitos e cidadãos;
 - Animações explicativas sobre entregas da Secretaria;
 - Cards, carrosséis, stories, reels e vídeos para YouTube;
 - Scripts e roteiros completos para lives e webinars;
 - Materiais de endomarketing (cartazes, vídeos internos, murais digitais).
 - Série documental curta (“Minuto Secid”) com episódios sobre obras e histórias de impacto social.
 - Mapas interativos digitais mostrando convênios por região, acessíveis ao cidadão e à imprensa.
 - Banco de imagens e vídeos institucional aberto para uso dos municípios (press kit multimídia).
 - Vídeos 360° ou drone para apresentar antes/depois com mais impacto visual em redes e TV.
- Materiais estratégicos para imprensa
 - Canal oficial via WhatsApp com as assessorias municipais, coordenado pela nossa empresa;
 - Banco de porta-vozes municipais (prefeitos e secretários beneficiados);
 - Manual de Crise com diretrizes, porta-vozes e mensagens-chave.
 - Press releases segmentados por região, permitindo envio personalizado conforme interesse dos veículos.
 - Briefings semanais para jornalistas com agenda antecipada de obras e eventos (“Agenda da Semana Secid”).
 - Organização de press tours às obras estratégicas, levando jornalistas para visitas técnicas em campo.
 - Produção de notas técnicas e Q&As antecipados para temas mais sensíveis (habitação, BDI, pavimentação, saneamento).

- Relatórios e mensuração
 - Clipping semanal com análise qualitativa e quantitativa;
 - Dashboards mensais de redes sociais (alcance, engajamento e menções);
 - Registro audiovisual de workshops, assinaturas de convênios e eventos regionais;
 - Relatório final com indicadores e propostas de aprimoramento.
 - Relatórios temáticos de percepção regional (“Como a imprensa local retratou a Secid no trimestre”).
 - Análises de risco reputacional periódicas com alertas antecipados para temas sensíveis na mídia.
 - Monitoramento de narrativas nas redes e imprensa adversa (“early warning report”).
- Indicadores de Sucesso
 - Volume de matérias positivas e presença em veículos estaduais e regionais;
 - Valorização de porta-vozes municipais e depoimentos reais;
 - Crescimento de alcance e engajamento nas redes sociais;
 - Participação qualificada em eventos, webinars e roadshows;
 - Aumento de acesso às páginas oficiais da Secid e conteúdos divulgados.
 - Proporção de matérias espontâneas x matérias estimuladas (indicador de eficiência da assessoria).
 - Tempo médio de resposta à imprensa para demonstrar agilidade institucional.
 - Número de pautas proativas transformadas em publicação na mídia (taxa de conversão).
 - Alcance acumulado por microrregião para demonstrar efetividade da regionalização.

OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

1. Estado é referência em ajuste fiscal e modernização das contas públicas

Ao analisar as matérias de imprensa propostas neste exercício criativo, detectamos matérias importantes que inserem o Paraná no centro do debate nacional sobre ajuste fiscal e modernização do Estado, destacando privatizações de atividades fora do “core business”, terceirizações e racionalização de despesas como eixo de política pública.

O contexto comparativo com outros estados (SP, RS, PI, GO) e a menção ao evento “Agenda Brasil” reforçam que o Paraná atua por opção estratégica, posicionando o estado como referência de gestão e planejamento.

Os pontos positivos destacam o Paraná em veículos de alcance nacional, com narrativa de eficiência e gestão moderna baseada em dados concretos de investimento. As matérias conectam reformas a entregas e à modernização dos serviços públicos, como terceirizações estratégicas e digitalização de processos, e apresentam um porta-voz qualificado que reforça, de forma clara e coerente, o posicionamento do governo.

Com este tema positivo, iremos ancorar a comunicação em resultados mensuráveis para o cidadão e em boas práticas de governança (critérios de seleção do que é ou não “core”, métricas de desempenho dos contratos terceirizados). Vamos propor artigos/entrevistas explicativas sobre o modelo paranaense, além de desdobramentos regionais com porta-vozes técnicos para reduzir ruído ideológico.

2. Paraná: o Estado das Cidades do Futuro

A Secretaria das Cidades atua como protagonista na transformação urbana do Paraná, investindo em pavimentação, iluminação pública, habitação, saneamento e equipamentos urbanos em parceria direta com os municípios. Esses programas estruturantes fortalecem o desenvolvimento territorial e posicionam o Paraná como um Estado que constrói cidades do futuro - sustentáveis, inclusivas, conectadas e plenamente alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Com dezenas de projetos em andamento e investimentos expressivos, cada convênio firmado representa tanto uma entrega concreta para a população quanto uma oportunidade relevante de mídia positiva. Ao conectar infraestrutura, planejamento urbano e redução de

desigualdades, o Governo do Paraná consolida sua reputação como parceiro dos municípios e referência nacional em políticas públicas voltadas à qualidade de vida.

Para ampliar essa narrativa, a empresa atuará com uma equipe dedicada exclusivamente à divulgação de entregas e convênios, abastecendo a imprensa regional com informações completas, entrevistas, dados e porta-vozes. Um canal direto com jornalistas, conteúdo segmentado por microrregião e atendimento ágil garantirão visibilidade contínua, coerente e transparente às ações da Secid.

3. Parceria com ONU - Habitat para Observatório Inteligente das Cidade

Em um passo estratégico rumo ao fortalecimento da gestão urbana sustentável, o Governo do Estado e o Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) assinaram, em Nova York, uma Carta de Parceria que marca o início da criação, no Paraná, do Observatório Inteligente das Cidades.

A iniciativa, inédita no Brasil, será desenvolvida em parceria com universidades estaduais, com as secretarias das Cidades (Secid) e da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Seti), e com suporte do Planejamento e do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social - IPARDES.

O projeto prevê a instalação de uma unidade do observatório em cada universidade estadual, além de um escritório central em Curitiba, com o objetivo de integrar dados, tecnologia e inovação para apoiar prefeitos e equipes técnicas na construção de cidades mais resilientes, inclusivas e preparadas para os desafios do futuro.

O tema tem grande potencial de mídia positiva, regional e nacional. Para garantir amplitude e credibilidade, executaremos uma estratégia abrangente, com textos explicativos, porta-vozes treinados, relacionamento próximo com a imprensa e materiais de apoio. A mensagem-chave reforçará que o Paraná se consolida como referência nacional em cidades inteligentes ao firmar parceria inédita com a ONU.

IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS À IMAGEM

1. Obras não entregues, prazos não cumpridos e falta de transparência

Apesar do grande investimento do Governo do Paraná e da Secretaria da Cidade em obras em todo o estado, é necessária atenção ao risco de expectativa pública não atendida, caso as obras não avancem ou ocorram atrasos. O excesso de promessas sem prestação de contas pode abrir espaço para críticas futuras.

Embora seja um desafio comum a muitos órgãos públicos, a cultura de um atendimento ineficiente e a falta de transparência em certas ações podem contribuir para uma imagem desgastada junto à população e à imprensa, necessitando de ações contínuas de gestão de imagem e reputação.

O não cumprimento dos prazos e um calendário transparente das obras podem causar matérias negativas na imprensa e possíveis crises. Se isso acontecer, nossa equipe estará preparada para atender as demandas e solucionar o problema da comunicação de forma ágil e eficaz. Nosso objetivo é montar um gabinete de crise sempre que um assunto tomar proporções negativas, tanto na imprensa como nas redes sociais.

2. Fraudes em licitações nas obras da Secid

A secretaria direta ou indiretamente enfrenta crises de imagem quando operações policiais e investigações do Ministério Público e do Tribunal de Contas do Estado (TCE-PR) revelam esquemas de corrupção em obras e serviços municipais. Segundo reportagens apuradas pela nossa equipe, secretários municipais e empresários de diversas cidades do Paraná já foram presos ou denunciados por envolvimento em fraudes que desviam recursos públicos, o que gera uma percepção negativa sobre a fiscalização e a eficiência na aplicação das verbas geridas ou intermediadas pela esfera estadual.

O assunto negativo em possíveis fraudes em licitações no estado também foi assunto levado à imprensa pelo deputado estadual Requião Filho. Em matérias analisadas por nossa equipe, pudemos constatar o tom pesado e agressivo do político em relação ao Governo do Estado e ao próprio Governador, Ratinho Junior.

Em uma delas, ele diz que denunciou o escândalo de grampos do governo Ratinho Jr., irregularidades em licitações bilionárias do Estado, utilizações indevidas de diárias de viagens, utilização de dados de pais e alunos de escola pública para fins políticos e outros.

Em assuntos polêmicos como esse e com forte críticas publicadas na imprensa e nas redes sociais, a comunicação de crise da nossa empresa, nessas situações, envolverá a designação de porta-vozes que vão saber e entender as pautas e se posicionarem de forma positiva, a divulgação de boletins informativos e a promoção de ações que demonstrem proatividade na resolução dos problemas e na colaboração com as investigações, quando aplicável.

3. Uso da Secid para fins políticos

Um assunto que pode incomodar e se tornar extremamente negativo para a gestão, é o fato da oposição e imprensa alegarem que a pasta está sendo usada como palanque e fins políticos para eleições e conquistas de cargos. A presença constante do secretário em agendas regionais, inclusive em eventos nos quais a pasta não é executora direta ou tem participação secundária, pode ser explorada como possível tentativa de utilização da estrutura da Secretaria como palanque eleitoral.

Em cenários de alta exposição, existe risco de a imprensa questionar se a agenda institucional está sendo confundida com promoção pessoal, especialmente em ano pré-eleitoral, criando narrativas de “uso político do Estado”, “autopromoção com recursos públicos” ou “aparelhamento da máquina”. Esse tipo de crítica tende a ganhar corpo quando há grande volume de anúncios, inaugurações, entregas e viagens oficiais.

Para mitigar a possibilidade de crise de imagem, recomendamos reforçar o caráter técnico e institucional da pasta, destacando dados, resultados e impacto social das entregas. A diversificação de porta-vozes, a participação de equipes técnicas e a valorização do protagonismo dos municípios nas agendas regionais evidenciam que as ações atendem a demandas estruturais, não a interesses individuais. Um monitoramento ativo de mídia, com respostas rápidas e bem fundamentadas, poderá contribuir para neutralizar narrativas distorcidas e preservar a percepção de transparência e foco público da Secretaria.

ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM

Data: 01/07/2025

Veículos: Folha Extra (PR), Metrópole São José (PR), Correio do Povo (PR)

Mídia: impressa

Títulos das matérias: Mobilidade Urbana

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: Nota da coluna “Pelo Paraná” e publicada em diversos jornais informa que a Secretaria de Cidades liberou mais de R\$ 230 milhões para obras de asfaltamento e mobilidade urbana nas regiões Norte e Norte Pioneiro do Paraná. Os recursos são do programa Asfalto Novo, Vida Nova, coordenado por Guto Silva, e beneficiarão 41 municípios com pavimentação, drenagem, iluminação e equipamentos urbanos.

Pontos Positivos: A notícia saiu na coluna “Pelo Paraná” em diversos jornais no estado, com amplo alcance.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem

Sugestão de estratégia: A assessoria de imprensa deve ampliar a divulgação da notícia para todos os veículos das regiões beneficiadas, indo além da veiculação restrita à nota da coluna. É recomendável organizar uma rodada de entrevistas com o secretário da Pasta nas rádios do interior, reforçando a presença institucional e o alcance regional da mensagem. Paralelamente, a equipe de comunicação deve desenvolver um plano de divulgação específico para as redes sociais, garantindo que o conteúdo seja publicado tanto nos perfis oficiais da Secretaria quanto nos canais do Governo do Estado, de forma a potencializar o impacto e a visibilidade da ação.

Data: 01/07/2025

Veículos: Jornal da Manhã Paraná

Mídia: online

Títulos das matérias: Guto Silva e Cohapar entregam mais de 290 casas em Ponta Grossa

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria destaca a entrega de 292 moradias em Ponta Grossa, resultado de parceria entre a Secretaria de Cidades e a Cohapar. A ação faz parte do compromisso do Governo do Estado em ampliar o acesso à moradia digna e fortalecer políticas públicas voltadas à habitação popular. O texto enfatiza a presença do secretário Guto Silva no evento e menciona o impacto social e econômico da obra, que beneficia diretamente centenas de famílias e movimenta a economia local. O tom é institucional, com foco em resultados e benefícios concretos.

Pontos Positivos: A publicação reforça o protagonismo da Secretaria de Cidades, evidenciando sua capacidade de entrega e articulação com outros órgãos do governo. O destaque à figura do secretário e o enquadramento positivo do programa fortalecem a imagem de uma gestão eficiente e próxima da população.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem

Sugestão de estratégia: A partir da boa repercussão da notícia, recomenda-se ampliar a divulgação nas redes sociais institucionais, com foco nas histórias das famílias beneficiadas e no impacto social da iniciativa, estimulando engajamento e identificação. Também é estratégico replicar o conteúdo em rádios e portais regionais de outras localidades, reforçando a capilaridade da ação no estado. A produção de vídeos curtos e posts informativos pode sustentar uma narrativa contínua de resultados e consolidar a imagem da Secretaria como agente de transformação e desenvolvimento urbano no Paraná.

Data: 03/07/2025

Veículos: A Notícia Digital (PR), Novo Cantú Notícias (PR), Tá no Site (PR), Notícias de Fato (DF)

Mídia: online

Títulos das matérias: Governo do Estado libera R\$ 29 milhões em novas obras urbanas para 14 municípios

Região: Estado do Paraná e Distrito Federal

Classificação: Positiva

Análise: A matéria apresenta de forma clara o anúncio de liberação de R\$ 29 milhões em investimentos para obras urbanas em 14 municípios. O conteúdo, publicado a partir de release oficial, garante a unidade da mensagem e evidencia a eficiência da estratégia de assessoria de imprensa da Secretaria das Cidades e do Governo do Estado. O texto destaca a descentralização de recursos e o protagonismo da gestão estadual na promoção do desenvolvimento regional. A inclusão de falas de autoridades estaduais, como o secretário Hudson José e o governador Ratinho Júnior, reforça o caráter institucional e o alinhamento político da iniciativa, gerando maior credibilidade e legitimidade.

Pontos Positivos: A notícia tem um alcance regional expressivo, o que amplia positivamente a visibilidade institucional da Secretaria das Cidades. A reprodução do conteúdo garante coerência na narrativa oficial e reforça o papel da Secretaria como articuladora de políticas públicas descentralizadas.

Riscos à imagem: Apesar do caráter positivo da matéria, é necessária atenção ao risco de expectativa pública não atendida, caso as obras não avancem ou ocorram atrasos. O excesso de promessas sem prestação de contas pode abrir espaço para críticas futuras.

Sugestão de estratégia: A equipe de comunicação da Secretaria das Cidades pode transformar essa entrega em uma pauta permanente, propondo minisséries mensais sobre o andamento das obras nas cidades contempladas, em parceria com as prefeituras. Também é estratégico acionar rádios e jornais locais para reportagens com foco nos benefícios diretos à população, incluindo falas de moradores. Coletivas de imprensa nos municípios beneficiados, com técnicos da Secretaria, reforçariam a transparência e fortaleceriam o vínculo institucional com a comunidade.

Data: 07/07/2025

Veículos: O Globo (RJ) e Valor online

Mídia: impresso e online

Títulos das matérias: Estados apostam em ajustes locais para sair do aperto fiscal/ Estados adotam de privatizações a cortes em benefícios para conter gastos

Região: nacional

Classificação: Positiva

Análise: As matérias inserem o Paraná no centro do debate nacional sobre ajuste fiscal e modernização do Estado, destacando privatizações de atividades fora do “core business”, terceirizações e racionalização de despesas como eixo de política pública. A fala do secretário Guto Silva dá lastro às cifras (R\$ 30 bilhões no primeiro ciclo e projeção de R\$ 25 bilhões no segundo), conectando reformas a investimentos. O contexto comparativo com outros estados (SP, RS, PI, GO) e a menção ao evento “Agenda Brasil” reforçam que o Paraná atua por opção estratégica, posicionando o estado como referência de gestão e planejamento.

Pontos Positivos: Valorização do Estado do Paraná em veículos de alcance nacional, com uma narrativa clara de eficiência e gestão moderna, sustentada por dados concretos de captação e investimento. As matérias associam as reformas à entrega de resultados e à modernização dos serviços públicos, como terceirizações estratégicas e digitalização de processos, e trazem um porta-voz qualificado, com declarações que reforçam o posicionamento do governo de forma organizada e coerente.

Riscos à imagem: Apesar de positiva por um lado, esse tipo de exposição pode gerar associação a privatizações/terceirizações, que podem mobilizar críticas trabalhistas e narrativas de “desmonte” do Estado. Já a comparação com estados em crise pode levar ao entendimento que o Paraná compartilha das mesmas fragilidades.

Sugestão de estratégia: Ancorar a comunicação em resultados mensuráveis para o cidadão e em boas práticas de governança (critérios de seleção do que é ou não “core”, métricas de desempenho dos contratos terceirizados). Propor artigos/entrevistas explicativas sobre o modelo paranaense, além de desdobramentos regionais com porta-vozes técnicos para reduzir ruído ideológico.

Data: 14/07/2025

Veículos: Bem Paraná (PR), Rádio Cultura AM (PR), Paraná Portal (PR), Iporã News (PR)

Mídia: online e rádio

Títulos das matérias: Secretaria das Cidades do Paraná lança programa para pavimentação de pedras irregulares

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A cobertura do lançamento do programa foi positiva e bem articulada institucionalmente. A Rádio Cultura AM se destacou ao aprofundar o conteúdo, com inserção de trechos narrativos, contextualização política e detalhamento das iniciativas. Já os demais veículos limitaram-se inicialmente a reproduzir integralmente o aviso de pauta enviado pela assessoria de imprensa do Governo do Estado, o que garantiu padronização, mas sem aprofundamento editorial. Ainda assim, o conjunto das publicações reforçou o compromisso do Estado com a modernização da infraestrutura urbana, ampliando a visibilidade da Secretaria em diferentes regiões.

Pontos Positivos: A mensagem governamental alcançou diferentes regiões do Paraná, garantindo coerência institucional. A menção ao montante de R\$ 977 milhões e à meta de investimento imediato de R\$ 500 milhões conferiu concretude e escala à iniciativa, facilitando a percepção de impacto junto à população. A vinculação com programas já em andamento fortaleceu a imagem de continuidade e efetividade das ações da Secretaria.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem

Sugestão de estratégia: Fortalecer a estratégia de pós-lançamento investindo em pautas regionais para os principais veículos do interior, com ênfase nas cidades contempladas. Além disso, recomenda-se organizar visitas técnicas com presença da imprensa local nos municípios que iniciarão obras nas primeiras fases do programa, promovendo entrevistas com moradores e gestores locais. A produção de minidocumentários ou vídeos curtos com o antes e depois da pavimentação pode ser usada tanto nas redes sociais quanto distribuída a rádios e TVs regionais. Por fim, estimular matérias de balanço semestrais, destacando entregas concretas, ajudará a consolidar programa como política pública contínua e bem-sucedida.

Data: 15/07/2025

Veículos: SBT Paraná

Mídia: televisão

Títulos das matérias: Asfalto novo, vida nova

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria reforça o posicionamento do Governo do estado como um gestor que acelera investimentos estruturantes e busca modernizar a malha urbana dos municípios. A narrativa se ancora em cifras expressivas e utiliza o secretário Guto Silva como um porta-voz técnico e didático, enfatizando planejamento, engenharia e responsabilidade fiscal. Há coerência entre discurso e contexto: o lançamento ocorreu no Instituto de Engenharia do Paraná, o que reforça o enquadramento de obra qualificada, sustentável e alinhada ao crescimento do Estado.

Pontos Positivos: A matéria consolida a imagem do programa como robusto, planejado e de impacto social claro, com entregas em escala estadual e investimentos já comprovados. O secretário aparece como fonte confiável e tecnicamente preparada, reforçando a credibilidade do programa. A narrativa destaca modernização e eficiência, com indicadores reais de expansão e crescimento do Paraná.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem, de modo geral. Atentar apenas para o fato de que a substituição de paralelepípedos pode gerar críticas de preservação histórica ou impacto ambiental. Municípios que ainda não aderiram podem criar ruído por expectativa não atendida ou por entraves burocráticos.

Sugestão de estratégia: Divulgar mapas de obras, antes/depois e depoimentos regionais para ancorar o discurso de entrega e transparência. Ampliar entrevistas em rádios e TVs do interior para orientar prefeituras sobre adesão, além de reforçar explicações técnicas sobre critérios de seleção, etapas das obras e ganhos objetivos em mobilidade e segurança.

Data: 16/07/2025

Veículos: Oeste Informa (PR), O Melhor da Cidade (PR), Portal Altônia (PR), Tá no Site (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Governador autoriza início das obras da nova etapa do Contorno de Pato Branco

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria apresenta uma cobertura ampla, institucional e informativa sobre o lançamento do Lote 2 do Contorno Noroeste de Pato Branco e a conclusão das obras da PRC-280. O texto tem caráter noticioso com forte viés de prestação de contas, evidenciando o papel do Governo do Estado na melhoria da infraestrutura logística da região Sudoeste. Embora a maior parte dos veículos tenha apenas replicado o conteúdo oficial, o volume de publicações, o detalhamento técnico e a ênfase nos benefícios locais geram uma percepção positiva da ação governamental junto à população e reforçam a imagem de compromisso com o desenvolvimento regional.

Pontos Positivos: A cobertura apresenta forte potencial institucional, com destaque à continuidade das obras de infraestrutura no sudoeste do Paraná, especialmente em Pato Branco. O investimento robusto para o Lote 2 do Contorno Noroeste, associado à restauração da PRC-280, confere densidade ao conteúdo e reforça o papel do Governo do Estado como indutor de desenvolvimento regional.

Riscos à imagem: Não há exposição negativa direta, mas como a cobertura tem tom institucional e se concentra no anúncio da ordem de serviço, a ausência de contrapontos, cronogramas detalhados ou fiscalização social pode gerar críticas futuras, caso haja atrasos ou interrupções.

Sugestão de estratégia: A equipe de comunicação pode capitalizar a repercussão do anúncio com uma cobertura complementar focada em resultados. Sugere-se mobilizar a imprensa local e regional para acompanhar o andamento físico da obra, promovendo visitas técnicas e registros em vídeo ao longo dos 30 meses de execução. Depoimentos de moradores, empresários e caminhoneiros impactados pela melhoria logística devem compor uma narrativa de transformação regional. Além disso, a criação de painéis visuais na entrada da cidade com QR Code para acompanhamento da obra e atualizações periódicas nas redes sociais da Secretaria ajudariam a manter o engajamento e a transparência ao longo do processo.

Data: 16/07/2025

Veículos: Bom Dia Litoral - TVCI

Mídia: televisão

Títulos das matérias: Programa estadual de pavimentação sobre pedras irregulares

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria reforça a atuação integrada da Secretaria das Cidades em grandes programas estruturantes, apresentando investimentos elevados em pavimentação, habitação e iluminação pública. A fala do secretário Guto Silva reforça que as obras são conduzidas com planejamento, critérios de engenharia e responsabilidade na execução. A soma dos programas Pavimentação sobre Pedras Irregulares, Asfalto Novo Vida Nova, Casa Fácil e Ilumina Paraná projeta a imagem de um governo que entrega melhorias concretas na mobilidade, segurança e qualidade de vida da população.

Pontos Positivos: A reportagem apresenta dados expressivos de investimento e alcance, reforçando credibilidade e capacidade de entrega. A fala técnica do secretário sustenta a narrativa de gestão eficiente e planejamento urbano qualificado.

Riscos à imagem: O volume financeiro pode gerar cobranças sobre prioridades, ritmo das obras e critérios de distribuição entre municípios. Pode haver críticas ligadas à preservação histórica de ruas com pedras.

Sugestão de estratégia: A assessoria de imprensa deve reforçar, em entrevistas e releases, os critérios técnicos que orientam a priorização das obras e o impacto social dos programas, evitando leituras políticas. É recomendável ampliar a distribuição de conteúdo regionais com dados locais, cases de obras entregues e benefícios mensuráveis (como economia de energia no Ilumina Paraná). A equipe também deve manter as redações atualizadas sobre o funcionamento dos convênios e manter fluxo contínuo de informações para prefeituras e veículos do interior, reduzindo ruídos e fortalecendo a percepção de transparência e planejamento.

Data: 17/07/2025

Veículos: Nossa Gente (PR), Iporã News (PR), Indústria e Comércio online (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Com piscina e mobília, Ratinho Júnior inaugura Condomínio do Idoso de Arapongas

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria destaca um conjunto de entregas robustas na política habitacional voltada à terceira idade, reforçando a imagem do Paraná como referência nacional na área. A inauguração do Condomínio do Idoso em Arapongas projeta modernidade, cuidado e inovação na oferta habitacional. As falas do governador e dos secretários reforçam planejamento de longo prazo, políticas integradas e foco em dignidade, saúde e convivência. O conjunto das informações reforça credibilidade, impacto social e alinhamento do Estado com agendas de envelhecimento populacional e políticas de futuro.

Pontos Positivos: A matéria traz depoimentos reais de beneficiários que reforçam o impacto social do programa. O texto explora a inovação do modelo (aluguel social, unidades mobiliadas, áreas de convivência, piscina aquecida), fortalecendo a percepção de cuidado e dignidade. A inclusão de falas técnicas de Guto Silva enfatiza planejamento e sustentabilidade fiscal, complementando o discurso social do governador.

Riscos à imagem: A amplitude do programa pode gerar cobranças de municípios que ainda não receberam unidades ou enfrentam obras em fase inicial.

Sugestão de estratégia: A assessoria de imprensa deve intensificar a divulgação de histórias reais dos moradores, já que o apelo humano é forte e qualifica a política pública. É recomendável produzir conteúdo regionais mostrando o avanço das obras nos demais municípios, reduzindo ruídos sobre priorização. Vale reforçar releases explicando critérios de seleção, modelo de aluguel social e impacto fiscal, a fim de garantir transparência da ação. Também é indicado articular entrevistas específicas com rádios locais e TVs regionais para destacar o caráter técnico e social do programa, além de preparar materiais comparativos que posicionem o Paraná como referência nacional em habitação para idosos.

Data: 17/07/2025

Veículos: Oeste 360 (SP), Impacto Oeste (SP), Portal Brasil News (PR), Rádio Ampere (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Governo conclui modernização da PRC-280 com 140 quilômetros de concreto

Região: Estado do Paraná e São Paulo

Classificação: Positiva

Análise: A cobertura sobre a entrega do terceiro lote da PRC-280 reforça a imagem do Governo do Paraná como responsável por uma transformação logística e de infraestrutura de grande escala no Sudoeste. As principais informações contidas no texto como investimento de R\$ 476,4 milhões investidos, restauro de 140 km, uso de tecnologia whitetopping, redução de acidentes e aumento de segurança, consolidam o discurso de inovação e eficiência.. A matéria mostra uma obra muito simbólica para a região e com forte aderência à narrativa de planejamento, competitividade e desenvolvimento regional. Depoimentos de usuários e autoridades reforçam o impacto real e geram validação social.

Pontos Positivos: A reportagem evidencia dados fortes e verificáveis (extensão, tecnologia, redução de acidentes, economia de manutenção), sustentando credibilidade. A presença do secretário Guto Silva agrega visão estratégica sobre competitividade e integração regional. Depoimentos de caminhoneiros e prefeitos trazem legitimidade social ao impacto da obra.

Riscos à imagem: Pode haver desconhecimento do público em geral sobre qualidade do método whitetopping, utilizado na modernização da PRC-280. Importante esclarecer do que se trata.

Sugestão de estratégia: A assessoria deve reforçar explicações técnicas sobre o método whitetopping e seus ganhos mensuráveis, produzindo conteúdos pedagógicos para a imprensa regional. É estratégico ampliar a divulgação de depoimentos de caminhoneiros, usuários e setor produtivo para consolidar a narrativa de impacto econômico e segurança. Também é recomendável disponibilizar materiais sobre o andamento das demais rodovias de concreto, evitando ruídos com municípios que aguardam obras. Por fim, deve ampliar a presença do secretário Guto Silva em rádios do Sudoeste, posicionando a Secretaria como órgão que planeja obras estruturantes de longo prazo.

Data: 22/07/2025

Veículos: Diário do Sudoeste (PR), Agora Paraná (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Caminhada do meio-dia reúne 2 mil pessoas em Curitiba contra o feminicídio

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria sobre a Caminhada do Meio-Dia reforça o compromisso institucional do Governo do Paraná com políticas de enfrentamento à violência contra a mulher, evidenciando mobilização social em larga escala e forte articulação entre Estado, municípios e sociedade civil. O texto combina dimensão simbólica (ato público, homenagens e depoimentos de vítimas) com dimensão institucional (programas, fundos, comitês e ações contínuas), projetando o Paraná como referência nacional na pauta. A presença de diversas autoridades, incluindo o secretário Guto Silva, fortalece a ideia de transversalidade das políticas de proteção, destacando que o tema é prioridade governamental. A matéria tem forte apelo emocional e social, o que aumenta seu alcance e relevância.

Pontos Positivos: A cobertura mostra grande adesão popular e capilaridade territorial, reforçando legitimidade da ação. Depoimentos de vítimas e representantes de movimentos sociais ampliam a força emocional e a credibilidade da iniciativa. A presença do secretário Guto Silva agrega dimensão institucional e reforça o engajamento da Secretaria das Cidades em pautas transversais de proteção social.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem

Sugestão de estratégia: A assessoria de imprensa deve produzir conteúdo que mostrem a rede de apoio construída pelo Estado e esclarecer como as ações funcionam na prática, evitando percepção de evento isolado. Também é recomendável disponibilizar porta-vozes técnicos para entrevistas regionais, ampliando capilaridade e consolidando a narrativa de política pública robusta e permanente.

Data: 24/07/2025

Veículos: Bahia Revista (BA), Click Itapema (SC), Oeste Informa (PR), Jornale (PR), Rádio Cultura AM (PR)

Mídia: online e rádio

Títulos das matérias: Casa Fácil: com ajuda do Estado, 134 famílias de Andirá conquistam o imóvel próprio

Região: Estado da Bahia, de Santa Catarina e do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria evidencia a dimensão e a relevância do Casa Fácil Paraná como uma das políticas habitacionais mais robustas do País, destacando volume de entregas, abrangência no território e impacto social e econômico. A inauguração do Residencial Paris mostra um programa consolidado, capaz de viabilizar moradia digna para famílias de menor renda por meio do subsídio à entrada e da articulação entre Estado, Cohapar, Caixa e municípios. As falas do governador e do secretário Guto Silva apresentam a habitação como política estruturante, que combina bem-estar social e dinamismo econômico. Depoimentos das famílias beneficiadas ampliam a legitimidade da iniciativa e dão concretude aos resultados alcançados.

Pontos Positivos: A matéria mostra volume expressivo de entregas (100 mil moradias) e amplia o impacto do Casa Fácil como programa estruturante e contínuo. A fala de Guto Silva reforça visão técnica sobre habitação como política pública e como motor econômico, ampliando o posicionamento institucional da Secretaria das Cidades.

Riscos à imagem: Comparações com municípios ainda não contemplados podem gerar cobranças por ritmo de novas unidades.

Sugestão de estratégia: A assessoria deve reforçar a dimensão técnica do Casa Fácil, explicando como funciona o subsídio e seus critérios, e evidenciar o impacto multiplicador na economia local. É estratégico ampliar conteúdos com histórias reais das famílias e com dados consolidados de entregas por região, evitando ruídos sobre priorização. Vale preparar materiais sobre as novas modalidades do programa (idosos, pequenos produtores) para mostrar a expansão planejada. Recomenda-se também intensificar entrevistas do secretário Guto Silva em rádios, posicionando a Secretaria das Cidades como protagonista da política habitacional estadual.

Data: 05/08/2025

Veículos: BandNews FM Paraná

Mídia: rádio

Títulos das matérias: Apucarana retoma obras de CMEIs e anuncia novos investimentos

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: Matéria destaca um investimento relevante na Região Metropolitana de Curitiba, apresentando a pavimentação da estrada Antônio Fiorenzi como ação de impacto direto na mobilidade, na integração entre Rio Branco do Sul e Colombo e no escoamento da produção de calcário e mineração, atividades estratégicas para a economia local. A parceria entre Estado, município e setor privado evidencia um modelo de governança colaborativa, com participação financeira das empresas, contrapartida municipal e aporte majoritário da Secretaria das Cidades. O anúncio projeta a imagem de uma obra aguardada pela população e com forte potencial para reduzir custos logísticos, melhorar rotinas de deslocamento e impulsionar o desenvolvimento regional.

Pontos Positivos: A matéria evidencia investimento alto e claro em infraestrutura com benefícios econômicos e sociais. Mostra articulação entre Estado, município e setor produtivo, dando credibilidade ao processo. A participação da Secretaria das Cidades demonstra capacidade de coordenação técnica e aporte significativo de recursos.

Riscos à imagem: A expectativa de milhares de beneficiários pode gerar cobranças quanto ao prazo de execução ou qualidade final da obra.

Sugestão de estratégia: A assessoria deve detalhar os benefícios logísticos da obra, com foco em segurança, redução de custos e melhoria da mobilidade regional. Recomenda-se produzir conteúdo explicando o processo de licenciamento ambiental, evitando ruídos com grupos sensíveis ao tema. Também é estratégico divulgar mapas, etapas da obra e depoimentos de moradores e empresas locais, reforçando transparência e impacto econômico. Entrevistas segmentadas em rádios da RMC podem posicionar a Secretaria das Cidades como agente de obras estruturantes e essenciais para o desenvolvimento regional.

Data: 07/08/2025

Veículos: Jornal da Manhã (PR)

Títulos das matérias: Governo deve viabilizar até R\$ 160 mi para asfalto de PG

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria projeta o Asfalto Novo, Vida Nova como um programa de grande escala e posição estratégica dentro da política urbana do Estado. O anúncio da possível liberação de até R\$ 160 milhões para Ponta Grossa aparece como parte de um plano consistente e contínuo, sustentado em etapas anteriores que já movimentaram mais de R\$ 1,6 bilhão e alcançaram centenas de municípios. A abordagem do jornal evidencia organização, critérios técnicos e expansão planejada. A abordagem também confere visibilidade regional importante, especialmente por conectar Ponta Grossa ao ciclo mais amplo de entregas do programa.

Pontos Positivos: A matéria apresenta claramente o impacto estadual do programa, com dados amplos e indicadores mensuráveis de alcance. Mostra estruturação em fases, o que transmite planejamento e governança. A menção direta à Secretaria das Cidades posiciona o órgão como protagonista e técnico na liberação futura dos recursos.

Riscos à imagem: A ausência de data para oficialização do investimento em Ponta Grossa pode gerar expectativa excessiva e questionamento local.

Sugestão de estratégia: A assessoria deve orientar falas e materiais explicando o fluxo técnico do programa: etapas, critérios, documentação e painel de acompanhamento. É recomendável ampliar conteúdos regionais para Ponta Grossa, destacando que se trata de fase programada e prevista, evitando ruídos sobre demora. Também é útil preparar infográficos comparando as fases já executadas, mostrando escala e impacto estadual. Por fim, entrevistas do secretário Guto Silva em veículos da região podem consolidar entendimento sobre o planejamento e transmitir segurança sobre a liberação futura.

Data: 07/08/2025

Veículos: Rádio 97 FM - Foz do Iguaçu (PR), Oeste Informa (PR), Correio do Meio (PR)

Mídia: rádio e online

Títulos das matérias: Solução logística: governador inaugura viadutos para desafogar o trânsito em Sarandi

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A reportagem apresenta a entrega dos novos viadutos da BR-376 como uma solução logística de grande impacto para Sarandi e Maringá, resolvendo um gargalo histórico na mobilidade urbana e na conexão com a rodovia. O investimento de R\$ 40,1 milhões é contextualizado dentro de um pacote maior de obras na região, o que transmite visão de planejamento integrado. O texto destaca benefícios diretos para moradores, motoristas, setor produtivo e serviços essenciais como Corpo de Bombeiros e evidencia a iniciativa do estado ao assumir uma obra em área federal diante da urgência local. A participação do secretário Guto Silva aparece de forma técnica, vinculando a solução viária ao crescimento acelerado de Sarandi e à necessidade de infraestrutura compatível com a expansão urbana.

Pontos Positivos: A obra é apresentada como resposta concreta a um problema antigo de mobilidade, com impactos claros em segurança, tempo de deslocamento e integração urbana. A fala de Guto Silva contextualiza o crescimento da cidade e reforça a pertinência da intervenção. A vinculação do investimento a outras obras regionais cria percepção de planejamento contínuo.

Riscos à imagem: A entrega pontual em Sarandi pode estimular cobrança por soluções semelhantes em outras cidades cortadas por rodovias federais.

Sugestão de estratégia: A assessoria deve produzir conteúdo explicativos destacando o impacto imediato da obra nos deslocamentos e na segurança da região, com dados comparativos de antes/depois. É útil divulgar mapas e vídeos demonstrando o funcionamento dos viadutos, reforçando o caráter técnico da solução. Também é estratégico ampliar entrevistas regionais com o secretário Guto Silva e demais porta-vozes para explicar como o pacote de obras de Maringá e Sarandi se articula dentro do planejamento estadual, trazendo clareza sobre etapas e prazos e evitando ruídos relativos à responsabilidade federal.

Data: 08/08/2025

Veículos: Tribuna Hoje (PR), Coluna do Meio (PR), Tarobá News (online)

Mídia: impresso e online

Títulos das matérias: Cidades perto de chegar a 100% de pavimentação no Asfalto Novo, Vida Nova / Asfalto Novo, Vida Nova: 11 cidades estão perto de chegar a 100% de pavimentação

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria destaca uma marca simbólica e de forte apelo regional: municípios próximos de atingir 100% de pavimentação urbana por meio do Asfalto Novo, Vida Nova. A abordagem evidencia escala, organização por etapas, alcance estadual e impacto direto na qualidade de vida, eliminando poeira, lama e precariedade nas vias urbanas. O texto também valoriza depoimentos de prefeitos, gerando validação social do programa. A presença do secretário Guto Silva aparece de forma técnica e estratégica, associando pavimentação à transformação urbana, desenvolvimento local e justiça territorial.

Pontos Positivos: A reportagem traz dados concretos, como número de cidades beneficiadas, etapas cumpridas, valores investidos e municípios que já atingiram 100%. Depoimentos de prefeitos reforçam o impacto social e econômico do programa. A fala do secretário Guto Silva posiciona a Secretaria das Cidades como órgão de coordenação ampla, com entrega real e capilaridade estadual.

Riscos à imagem: Municípios que ainda não atingiram 100% podem pressionar por prazos e inclusão rápida. O salto para cidades acima de 100 mil habitantes pode gerar comparação desigual com cidades menores que ainda aguardam obras.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor uma série curta de matérias regionais destacando as cidades que já atingiram ou estão prestes a atingir 100% de pavimentação, com depoimentos de prefeitos e moradores. Recomenda-se produzir um balanço estadual atualizado e divulgar o painel interativo para reforçar a transparência. Também é estratégico acionar veículos regionais e rádios locais para entrevistas com o secretário Guto Silva sobre o impacto urbano e econômico. Além disso, criar cards e vídeos curtos de “antes e depois” para redes sociais, o que ajuda a dar visibilidade às entregas de forma simples e direta.

Data: 11/08/2025

Veículos: Rádio CBN Londrina (PR)

Mídia: rádio

Títulos das matérias: Jardim Botânico de Londrina passará para gestão municipal

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria reforça o protagonismo do Governo do Paraná ao destravar um equipamento ambiental importante e entregar melhorias aguardadas pela população de Londrina. O anúncio do investimento adicional de R\$ 50 milhões projeta continuidade e visão de longo prazo, enquanto a futura transferência da gestão à Prefeitura reforça cooperação institucional e responsabilidade compartilhada.

Pontos Positivos: A mensagem de eficiência institucional, já que o Estado reforma, estrutura e, em seguida, transfere a gestão para quem está mais próximo: a Prefeitura. A menção ao investimento futuro de R\$ 50 milhões reforça planejamento, visão de longo prazo e expansão da política pública. O histórico do Jardim Botânico, criado em 2006 e nunca finalizado, valoriza ainda mais o esforço atual do Governo ao assumir e corrigir passivos antigos.

Riscos à imagem: Pode surgir cobrança por parte da imprensa e da comunidade sobre o histórico de atraso e inacabamento do espaço, especialmente porque o Jardim Botânico está há anos incompleto. O prazo da obra da passarela, próximo ao aniversário da cidade, pode gerar expectativa elevada e cobrança pública.

Sugestão de estratégia: A comunicação deve reforçar o binômio eficiência e cooperação entre Estado e Prefeitura: o Governo investe, resolve passivos antigos e entrega o Jardim Botânico estruturado para uma gestão local mais próxima da população. Ampliar a divulgação para rádios, TVs e portais de Londrina e do norte do Paraná, destacando as obras destravadas e os marcos de entrega. Organizar uma rodada de entrevistas com o secretário Guto Silva para detalhar intervenções, cronograma e a lógica da parceria institucional. Promover um press tour nas obras, permitindo que jornalistas e influenciadores regionais verifiquem as melhorias, fortalecendo a transparência e credibilidade da ação. Nas redes da Secretaria e do Governo, publicar conteúdos comparativos (“antes e depois”), vídeos curtos das frentes de obra e atualizações de cronograma para reforçar acompanhamento e prestação de contas.

Data: 13/08/2025

Veículos: O Presente (PR), CBN Cascavel (PR)

Mídia: Com Plano de Biogás e Biometano, Governo prepara novas iniciativas sustentáveis

Títulos das matérias: online e rádio

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria fortalece a imagem do Paraná como referência nacional em sustentabilidade e transição energética, destacando a elaboração do Plano de Biogás e Biometano como ação estruturante do Governo. O conteúdo evidencia capacidade técnica, governança multissetorial e articulação com o setor produtivo. Ao mencionar etapas claras, metas e monitoramento contínuo, a reportagem reforça eficiência na gestão pública e cooperação entre órgãos estaduais, além de ressaltar que o plano subsidiará políticas públicas e atração de investimentos, pontos que consolidam protagonismo estratégico do estado.

Pontos Positivos: O material destaca o Paraná como liderança em sustentabilidade, com plano robusto e tecnicamente estruturado. A fala dos secretários Ulisses Maia e Guto Silva reforça visão estratégica e compromisso com energia limpa. O envolvimento de diversas secretarias, FIPE e setor produtivo evidencia cooperação institucional e governança sólida. A matéria também resalta benefícios diretos como economia circular, redução de emissões e atração de investimentos.

Riscos à imagem: O amplo escopo do plano pode gerar expectativas elevadas sobre prazos e resultados. A complexidade das etapas pode ser alvo de questionamentos caso a implementação avance lentamente. Como há múltiplos órgãos envolvidos, críticas podem surgir se houver percepção de burocracia ou falta de coordenação.

Sugestão de estratégia: A comunicação deve reforçar o eixo duplo de entrega e articulação institucional, mostrando que o Estado combina capacidade técnica para estruturar políticas de energia limpa com uma coordenação madura entre secretarias, órgãos especializados e setor produtivo. Ampliar a divulgação do plano em veículos focados em economia, sustentabilidade

e agronegócio, valorizando o papel do Paraná como protagonista nacional na transição energética.

Sugerir entrevistas com Guto Silva para explicar os impactos econômicos e ambientais, os incentivos previstos e o potencial de atração de investimentos. Promover um press tour em unidades-modelo de biogás, permitindo que a imprensa veja in loco as tecnologias, rotinas de operação e resultados concretos, reforçando transparência e autoridade técnica. Nas redes da Secretaria e do Governo, produzir infográficos simples sobre as etapas do plano, linhas de financiamento e oportunidades regionais, para facilitar a compreensão pública e ampliar o alcance da notícia.

Data: 18/08/2025

Veículos: Jornal do Oeste (PR), Tarobá News (PR), Gazeta 24 horas (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Inédito: 50 alunos de Colégios Agrícolas do Paraná embarcam para os EUA / Estudantes de colégios agrícolas do Paraná embarcam para intercâmbio nos Estados Unidos

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: O texto destaca o impacto social, educacional e simbólico do “Ganhando o Mundo Agrícola”, evidenciando transformação de vida, formação de lideranças jovens e fortalecimento da identidade agrícola do Paraná. Por meio de depoimentos espontâneos de estudantes e familiares, o texto combina emoção com uma narrativa institucional que demonstra visão estratégica do estado ao conectar educação, intercâmbio internacional e agronegócio. A presença de secretários, incluindo Guto Silva, contribui para situar o programa dentro de um ecossistema de políticas públicas integradas, mostrando que a experiência internacional dialoga diretamente com as vocações econômicas do Paraná e com a preparação desses jovens para o futuro do campo.

Pontos Positivos: A matéria humaniza o programa com depoimentos dos estudantes e suas famílias. A presença de Guto Silva, associada à mensagem de formação de lideranças, amplia a relevância institucional. A conexão do intercâmbio com o agronegócio e a inovação tecnológica fortalece o alinhamento com as vocações econômicas do Paraná.

Riscos à imagem: O caráter seletivo do programa pode gerar questionamentos sobre critérios de escolha dos alunos.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor uma série especial nos veículos regionais (“Da Roça para o Mundo”) com histórias dos estudantes dos colégios agrícolas, mostrando transformação e impacto comunitário. É estratégico produzir vídeos curtos para redes sociais com depoimentos dos alunos e familiares, ampliando o alcance emocional da matéria. Também é recomendável acionar rádios do interior para entrevistas com o secretário Guto

Silva sobre a formação agrícola internacional e o papel do programa no futuro do agronegócio paranaense.

A equipe pode preparar um balanço regionalizado destacando quantos alunos por município participam da edição agrícola. Para evitar ruídos sobre critérios de seleção, a assessoria deve incluir materiais explicativos (cards, releases e notas técnicas) mostrando de forma simples como funciona o processo seletivo, reforçando que é baseado em desempenho, perfil acadêmico e critérios transparentes estabelecidos pela Secretaria.

Data: 25/08/2025

Veículos: Agora Litoral (PR), Rádio Colina - Comunitária (87,9) (PR)

Mídia: online e rádio

Títulos das matérias: Portos do Paraná é hexacampeã do principal prêmio de gestão portuária do Brasil

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria projeta a Portos do Paraná como referência nacional e internacional em gestão portuária, destacando o feito expressivo de conquistar o Prêmio pela sexta vez consecutiva. O texto enfatiza elementos técnicos (eficiência operacional, regularidade fiscal, transparência e execução orçamentária) e reforça o impacto dos investimentos estruturantes como marcas de modernização logística. As falas do governador e das autoridades reforçam a conexão entre planejamento, inovação e expansão da capacidade de movimentação, consolidando Paranaguá e Antonina como pilares do desenvolvimento econômico paranaense. A presença do secretário Guto Silva na premiação ajuda a posicioná-lo como figura estratégica na articulação entre infraestrutura, desenvolvimento e competitividade regional.

Pontos Positivos: A conquista do prêmio sustenta a narrativa de excelência e continuidade administrativa. Os investimentos destacados demonstram visão de longo prazo. A matéria reforça resultados concretos como recordes de movimentação, reconhecimento externo e destaque no cenário latino-americano.

Riscos à imagem: Sem riscos à imagem

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor uma série de conteúdos especiais “Como funciona o porto mais eficiente do Brasil”, destinada a rádios regionais, portais e redes sociais, explicando de forma didática porque o Paraná venceu o prêmio pelo sexto ano consecutivo. É estratégico divulgar vídeos curtos mostrando o Moegão e o futuro Píer em T, reforçando a transparência e impacto logístico. A equipe pode acionar veículos nacionais de economia e infraestrutura para ampliar o reconhecimento, posicionando o Paraná como referência continental. Recomenda-se sugerir entrevistas segmentadas com o secretário Guto Silva sobre o papel das obras portuárias no desenvolvimento regional e na competitividade das exportações do Estado.

Data: 27/08/2025

Veículos: Rádio Jovem Pan News Curitiba (PR), Band Paraná (PR), Tá no Site (PR)

Mídia: rádio, online

Títulos das matérias: Aeroporto de Guaratuba será reformado / R\$ 33 milhões: aeroporto de Guaratuba será reformado e ampliado pelo Estado

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria apresenta o novo Aeroporto de Guaratuba como parte de um pacote de transformação estrutural do litoral paranaense, alinhando obras de grande impacto como a ponte de Guaratuba, revitalizações urbanas, duplicação de rodovias e novos equipamentos turísticos. O investimento de R\$ 33 milhões projeta o aeroporto como peça estratégica para turismo, logística, resgate e desenvolvimento econômico. A fala do secretário Guto Silva reforça o caráter de longo prazo e a visão de transformação territorial do litoral. A presença do prefeito contribui para reforçar a adesão local e legitimidade política. A matéria tem forte potencial de repercussão positiva por conectar infraestrutura de transporte a crescimento imobiliário, turismo e integração regional.

Pontos Positivos: Divulgação clara dos investimentos e das melhorias técnicas. O alinhamento entre estado e município cria uma narrativa positiva de cooperação.

Riscos à imagem: A expectativa pública criada em torno da ponte e do novo aeroporto pode gerar cobrança por prazos.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor uma série especial “Novo Litoral do Paraná” em rádios e portais regionais, explicando de forma didática as obras integradas da ponte, aeroporto e orla e seus impactos combinados. É estratégico produzir mapas visuais e vídeos curtos mostrando as etapas da ampliação do aeroporto e as melhorias técnicas previstas, facilitando a compreensão pública. Recomenda-se preparar um Q&A esclarecendo possíveis dúvidas sobre operação, impacto ambiental e cronograma, prevenindo ruídos. A equipe também pode acionar veículos nacionais de turismo e negócios para posicionar Guaratuba como novo polo em expansão. Por fim, sugerir entrevistas do secretário Guto Silva destacando o pacote de R\$ 2 bilhões no litoral e a importância do aeroporto na integração regional e na atração de investimentos.

Data: 03/09/2025

Veículos: Folha de Londrina (PR), Jornal da Manhã (PR), Metrópole São José (PR)

Mídia: impresso

Títulos das matérias: Ferramenta para acompanhar obras de asfalto / Aplicativo permite população fiscalizar obras do Asfalto Novo, Vida Nova / Governo lança Asfaltômetro para população acompanhar obras do Asfalto Novo, Vida Nova

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria consolida o Asfaltômetro como símbolo de transparência ativa e gestão orientada a dados, reforçando a escala e a capilaridade do Asfalto Novo, Vida Nova. A narrativa combina inovação, prestação de contas e universalização das obras, contextualizando o programa como maior iniciativa de urbanização da América do Sul. As falas do governador e do secretário Guto Silva criam conexão direta entre investimento público e transformação cotidiana dos bairros, enquanto o painel online e os totens físicos agregam credibilidade, auditabilidade e comunicação pedagógica. O conteúdo tende a repercutir positivamente em regiões que aguardam novas etapas do programa e reforça a imagem do Estado como governo que entrega resultados e permite fiscalização social.

Pontos Positivos: Ferramenta pública com atualização em tempo real; narrativa de transparência; clareza sobre montantes investidos; potencial de engajamento local com o mapa por município; reforço do caráter universal da política (100% das cidades).

Riscos à imagem: Compreensão inadequada da ferramenta pode criar ruído caso o público interprete o painel como ranking competitivo.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode lançar uma rodada de briefings digitais regionais com atualização mensal do Asfaltômetro para rádios, portais e colunistas locais, qualificando a cobertura e antecipando dúvidas de cronograma. Produzir cards de leitura rápida (“Como interpretar o Asfaltômetro”), padronizando a compreensão pública do painel. A equipe pode propor aos veículos uma série jornalística “Minha Cidade no Mapa”, destacando municípios com avanços recentes e histórias locais. Também é recomendável disponibilizar kits de dados com recortes por região, facilitando matérias locais. Por fim, sugerir entrevistas do secretário Guto Silva em podcasts e rádios explicando como a ferramenta fortalece controle social e melhora a governança das obras.

Data: 05/09/2025

Veículos: Folha do Litoral (PR), Gazeta Regional (PR), Agora Paraná (PR), Jornale (PR)

Mídia: online

Títulos das matérias: Paraná poderá implantar modelo de bonde elétrico em várias regiões

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria introduz o Bonde Urbano Digital (BUD) como um marco tecnológico no transporte coletivo metropolitano, reforçando o posicionamento do Paraná como estado inovador, sustentável e pioneiro na adoção de modais alternativos. A presença do governador e do secretário Guto Silva amplia o peso institucional da novidade e vincula o projeto a uma visão estratégica de longo prazo para mobilidade urbana. O texto destaca benefícios técnicos como eletrificação, menor custo, alta capacidade e recarga rápida e contextualiza o investimento dentro da agenda de modernização conduzida pela Secretaria das Cidades. O caráter experimental também demonstra responsabilidade, sinalizando que a viabilidade será testada com transparência, participação social e avaliação operacional.

Pontos Positivos: Consolidação do Paraná como pioneiro na América do Sul em mobilidade elétrica sem trilhos. A iniciativa associa diretamente a inovação tecnológica ao cotidiano da população, que reverterá em benefícios como maior conforto e sustentabilidade. Reforço do protagonismo da Secretaria das Cidades na introdução de soluções modernas e estratégicas.

Riscos à imagem: Possíveis comparações com sistemas tradicionais (BRT, biarticulados, VLT), gerando dúvidas sobre custo-benefício. Críticas sobre dependência de tecnologia estrangeira e manutenção.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor uma experiência pública controlada, convidando jornalistas, influenciadores de mobilidade, conselhos de transporte e associações de moradores para testar o BUD em um “Dia Aberto da Mobilidade do Futuro”, ampliando a compreensão técnica e o entusiasmo social. É estratégico criar uma central temática de esclarecimento (“Tudo que você sempre quis saber sobre o BUD”), com vídeos

explicativos sobre indução magnética, recarga e capacidade, prevenindo ruídos e comparações distorcidas. A equipe pode sugerir aos veículos regionais uma série “Tecnologias que movem o Paraná”, mostrando como o BUD se integra ao planejamento metropolitano. Também é recomendável produzir simulações animadas de possíveis futuras linhas para diferentes cidades, reforçando a visão de longo prazo. Por fim, posicionar o secretário Guto Silva em entrevistas segmentadas (mobilidade, inovação, sustentabilidade) ajudará a consolidar o discurso técnico e reforçar o caráter transformador do projeto.

Data: 07/10/2025

Veículos: RIC Notícias (Record) (PR), Folha de Curitiba (PR), A Rede (PR), Revista Paraná (PR)

Mídia: televisão, online

Títulos das matérias: Governo do PR anuncia pacote de obras com investimento de R\$ 2 bi; redução do IPVA preocupa prefeitos / Ratinho Junior anuncia investimento bilionário em asfalto / Ratinho Junior anuncia R\$ 2 bi em recape asfáltico para cidades de até 100 mil moradores

Região: Estado do Paraná

Classificação: Positiva

Análise: A matéria consolida o Congresso dos Municípios como palco de anúncios para os governos locais, reforçando a imagem do Paraná como estado municipalista e com forte capacidade de investimento. O pacote de R\$ 2 bilhões para recapeamento, somado às iniciativas de acolhimento às mulheres e à nova sede da AMP, cria uma narrativa de modernização administrativa e de fortalecimento institucional das prefeituras. O papel da Secretaria das Cidades e do secretário Guto Silva aparece como eixo técnico-operacional que garante velocidade, simplificação de projetos e execução ampla. O conteúdo também antecipa um tema sensível como o impacto da redução do IPVA e responde de forma pragmática, vinculando estabilidade fiscal ao crescimento do ICMS. O texto é favorável ao governo e amplia a percepção de eficiência na articulação com os municípios.

Pontos Positivos: Reforço da imagem do Paraná como estado com maior capacidade de investimento municipalista do país. Destaca a liderança técnica da Secretaria na execução, simplificação e aceleração dos projetos.

Riscos à imagem: Prefeitos podem interpretar a redução do IPVA como ameaça futura à receita municipal. Comparações entre municípios podem gerar ruídos sobre critérios de priorização.

Sugestão de estratégia: A assessoria pode propor a criação de um Painel dos Municípios, com boletins regionais, mostrando o potencial de investimento de cada região no novo programa de recape. É estratégico montar um gabinete itinerante de orientação técnica da Secretaria (“Secid na Estrada”), oferecendo workshops presenciais para ajudar prefeitos a elaborarem rapidamente

os projetos simples exigidos pelo convênio, uma iniciativa que gera forte percepção de parceria. A equipe também pode articular com jornais regionais uma série “O que muda na minha cidade com o recape?”, transformando dados técnicos em benefícios concretos para a população. Para mitigar ruídos sobre o IPVA, é recomendável preparar um Q&A específico explicando o impacto fiscal real e comparativos com o crescimento do ICMS. Por fim, sugerir entrevistas segmentadas com Guto Silva sobre o novo ciclo de urbanização, reforçando que recape e pavimentação são etapas complementares de uma estratégia integrada de ordenamento urbano no Paraná.

São Paulo, 01 de dezembro de 2025



SOLANGE DE FATIMA ROCHA
Sócia Administradora