PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA AGRICULTURA
E DO ABASTECIMENTO

Concorrência 05/2025
Assessoria de comunicação institucional

# Plano de comunicação institucional

**Via Identificada**

Partners

# Exercício criativo

Partners
Comunicação

QUESITO 1 – PROPOSTA PARA O TEMA DO EXERCÍCIO CRIATIVO

SUBQUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

O Paraná é grande, próspero e suas bases estão fortemente fixadas no meio rural. Desde a segunda metade do século XIX, os contornos dessa feição foram se constituindo pela expansão da cultura cafeeira e das pequenas propriedades rurais estabelecidas em processos de imigração e colonização, incentivados pelo governo, que fazem com que, hoje, a agricultura familiar seja uma potência estabelecida em 75% dos empreendimentos rurais no estado. Esse perfil produtivo confere ao meio rural papel estratégico no desenvolvimento econômico, social e territorial do Paraná.

Os resultados desse modelo de crescimento calcado na força do campo são visíveis: o PIB do Paraná cresceu 2,9% no acumulado dos três primeiros trimestres de 2025 em relação ao mesmo período de 2024 – um percentual acima da média nacional (2,4%) –, com a agropecuária registrando expansão de 12,8% no estado. O estado também bateu recorde histórico na produção de grãos, com 46,8 milhões de toneladas colhidas. Na pecuária, o Paraná reafirmou sua liderança nacional na produção de carne de frango, com 34,6% da participação brasileira, e manteve a vice-liderança em carne suína, com 21,9% do total nacional, além de registrar recorde de abates no 1º trimestre de 2025. Esses números posicionam o Paraná como um dos principais polos produtores de alimentos do mundo, abastecendo o Brasil e diversos países com alimentos in natura e industrializados, o que reforça seus compromissos globais de produção sustentável.

Porém, no século XXI, novos desafios surgem: e um dos mais expressivos é, sem dúvida, a vulnerabilidade do estado diante dos eventos extremos provocados pelas mudanças climáticas. Só em 2024 e 2025, estiagens, enchentes e incêndios afetaram centenas de municípios do Paraná, levando a perdas agrícolas bilionárias e à necessidade de renegociação de dívidas rurais. Além das perdas nas lavouras, o estado enfrenta problemas de erosão e desertificação, intensificados pela crise hídrica. Em relação aos incêndios florestais, entre janeiro e setembro de 2025 foram registradas cerca de 5,7 mil ocorrências de incêndios em vegetação, uma redução de 50% em relação ao mesmo período de 2024, mas ainda com pontos críticos em regiões como Londrina e Norte Pioneiro.

Diante disso, preservar e recuperar são políticas públicas emergenciais: os produtores rurais de todos os portes precisam ser cada vez mais conscientizados quanto à sua responsabilidade ativa na preservação dos recursos naturais, além de incentivados e apoiados

em suas ações para alcançar as metas ambientais com as quais o Governo do Paraná se comprometeu. Entre elas estão o Plano ABC+ Paraná, que incentiva práticas de baixa emissão de carbono na agropecuária, o Plano Estadual de Descarbonização, o Banco Verde – que remunera projetos de biodiversidade e carbono – e o Programa de Segurança Hídrica, voltado à irrigação e proteção de nascentes. Essas iniciativas são fundamentais para induzir práticas produtivas mais sustentáveis, modernas e resilientes, capazes de conciliar desempenho econômico, preservação ambiental e segurança produtiva no campo.

Um ponto que deve ser ressaltado é a preocupação em manter a valorização do produto agropecuário paranaense em mercados internacionais, que exigem cada vez mais comprovação de sustentabilidade em cada aspecto da produção. O Paraná, eleito por quatro vezes consecutivas o estado mais sustentável do Brasil no Ranking de Competitividade dos Estados, reforça sua imagem de produção responsável e competitiva. A Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento (SEAB), integrada ao Sistema Estadual de Comunicação (SICOM), conforme o Decreto Estadual nº 2.663/2023, tem a missão institucional de coordenar pesquisa, assistência técnica e extensão rural, promover a defesa agropecuária, garantir segurança alimentar e nutricional, implementar políticas de regularização fundiária e abastecimento de água no meio rural, além de modernizar e difundir processos tecnológicos no campo.

Para o cumprimento dessa missão, a SEAB atua por meio de uma estrutura administrativa e técnica descentralizada, que combina formulação de políticas públicas, coordenação estratégica e capilaridade territorial. A Secretaria articula-se com autarquias e órgãos vinculados, como o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná – Iapar-Emater (IDR-Paraná), a Agência de Defesa Agropecuária do Paraná (Adapar) e o Departamento de Economia Rural (Deral), responsáveis, respectivamente, pela extensão rural e pesquisa aplicada, pela defesa sanitária agropecuária e pela produção de dados e análises econômicas do setor. Essa atuação é reforçada por núcleos regionais distribuídos por todo o estado, que garantem presença institucional permanente no território, proximidade com os produtores e capacidade de implementação efetiva das políticas públicas no campo.

A comunicação institucional, alinhada às diretrizes do Sistema Estadual de Comunicação, assume papel estratégico para assegurar transparência, credibilidade e coerência entre as políticas públicas implementadas, a atuação institucional da SEAB e as expectativas da sociedade, dos mercados consumidores e dos parceiros institucionais. O problema de comunicação, portanto, reside na dificuldade de traduzir políticas públicas

complexas e tecnicamente estruturadas em informações claras, confiáveis e acionáveis para os produtores rurais, comprometendo a plena compreensão, a adesão e a efetividade das ações implementadas pelo Estado.

Nesse contexto, o desafio de comunicação assume papel central e precisa estar atento à realidade do produtor rural paranaense. Trata-se de um público diverso, com forte apego a práticas tradicionais, cuja tomada de decisão é influenciada pela experiência prática, pela confiança nas fontes de informação e pela validação por pares. Em muitos casos, há menor inserção em ambientes digitais, ainda que o estado seja amplamente servido por infraestrutura de conectividade, o que exige abordagens de comunicação capazes de traduzir conteúdos técnicos em informações claras, próximas e aplicáveis ao cotidiano do campo. É necessário dialogar com práticas tradicionais do campo, demonstrando com clareza as vantagens práticas da adoção de práticas sustentáveis para a manutenção dos recursos naturais, para a preservação da própria terra, para a criação de valor agregado à produção e para o atendimento aos compromissos de práticas sustentáveis que o Paraná assumiu mundialmente, especialmente no contexto das mudanças climáticas.

Assim, comunicar as políticas públicas voltadas à sustentabilidade e à adaptação às mudanças climáticas não se resume à divulgação institucional, mas constitui elemento estratégico para ampliar a compreensão, fortalecer a confiança e estimular a adesão efetiva dos produtores rurais às ações promovidas pelo Estado.

SUBQUESITO 2 – PLANO DE AÇÃO – ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

O que comunicaremos? - A estratégia foi direcionada para atingir os objetivos estabelecidos no edital: informar, de forma eficaz, a mídia e demais públicos sobre os projetos e programas da SEAB, com ênfase nas ações em prol da sustentabilidade na produção rural paranaense. Para tanto, o Plano de Ação deve prever propostas exequíveis, criativas e integradas, para execução em curto, médio e longo prazos.

Que conceito adotaremos? - Desenvolvemos um conceito orientador, para balizar e sintetizar a ideia central do Plano de Ação: "Paraná: raízes fortes, futuro sustentável."

O conceito é direto, objetivo e rico em significados, oferecendo múltiplas camadas que podem se desdobrar em narrativas, produtos e mensagens-chave inspiradoras, engajadoras e esclarecedoras. Traz elementos que associam diretamente o estado à valorização da produção agrícola ("Paraná" e "raízes fortes"), ao passo que indica o "futuro sustentável" como consequência natural que pode e deve advir da força do campo, daquilo que está profundamente relacionado à terra e que é um valor para o povo paranaense. O conceito unifica o espectro do que se pretende comunicar e, ao nomear o plano de ação, pode ser desdobrado para criar um horizonte de ações integradas e consequentes.

Com quem falaremos? – É fundamental definir os públicos que pretendemos atingir, pois a assertividade buscada exige um olhar diferenciado para grupos que têm graus diferentes de informação, envolvimento e interesse, exigindo customização de formatos, canais, linguagens, tom de voz etc. Resumidamente, estes públicos podem ser agrupados da seguinte forma: 1) a Imprensa: veículos tradicionais, digitais e especializados, nacionais, estaduais, regionais e locais; jornalistas que produzem conteúdo sobre agronegócio, meio ambiente, economia e outras editorias afins; jornoinfluenciadores e nanoinfluenciadores com alto poder de engajamento em seus públicos específicos, e que podem ser formadores de opinião importantes; 2) Os Produtores Rurais, tanto os agricultores familiares, beneficiários de programas como o "Coopera Paraná" e "Renda Agricultor Familiar", quanto os grandes produtores do agronegócio; 2) Cooperativas, Associações Rurais e Instituições Representativas, muito presentes no estado e estratégicas para a divulgação de programas e recursos que resultam no fortalecimento do setor, na implementação de assistência técnica e nas execução de políticas públicas estaduais no campo; 3) Prefeituras e órgãos municipais, e outros órgãos do Poder Judiciário e Legislativo, nas esferas municipal, estadual e federal; 4)

Academia: professores, pesquisadores, universidades, centros de pesquisa. Público muito relevante por sua autoridade para balizar, cientificamente, as ações da SEAB em prol da sustentabilidade; e, por último, mas não menos importante, 6) a sociedade paranaense, que tem interesse direto nas ações da SEAB pelos aspectos de sustentabilidade na produção agropecuária, mas também pelo impacto destas medidas na mitigação de eventos climáticos extremos (estiagens, ciclones, enchentes etc.), e por garantirem a disponibilidade e qualidade dos produtos agropecuários, com reflexos no abastecimento e na segurança alimentar.

Como vamos comunicar? - Em seguida, definimos três grandes eixos nos quais as ações são distribuídas, para execução em curto, médio e longo prazos. Estes eixos funcionam como a base que sustenta toda a estratégia e sua materialização nas ações propostas, organizando a comunicação de acordo com o perfil dos públicos e dos canais escolhidos.

- Eixo 1) "Juntos pelo futuro sustentável" - as ações deste eixo são voltadas à divulgação, para todos os públicos, da grade de programas desenvolvidos pela SEAB para modernizar e ampliar a sustentabilidade na produção agropecuária do estado, ressaltando o seu diferencial socioambiental e econômico. Iniciativas como o estímulo à mudança de matriz energética, à irrigação, às técnicas de plantio preservacionistas e à proteção de nascentes, dentre outras, serão apresentadas por meio de linguagem simples, direta, com abordagem que facilite a compreensão da temática, utilizando recursos didáticos como cartilhas explicativas e infográficos: mas sempre ressaltando fatos e dados consolidados que evidenciam o valor destas boas práticas para o meio ambiente, a sociedade e o próprio produtor. Além disso, casos de sucesso serão divulgados, para mostrar que a adoção das medidas de sustentabilidade vai além da preservação imediata dos recursos naturais, dos quais a propriedade rural depende: em muitos casos, estas boas práticas significam acesso novos mercados e produtos com maior valor agregado (e um bom exemplo é a liderança do Paraná em agricultura orgânica). A Assessoria de Imprensa trabalhará de forma proativa e contínua, intensificando o relacionamento com a mídia e associará a oferta de materiais tradicionais a press kits digitais completos sobre os grandes programas da Secretaria, contendo não apenas releases que ilustrem a ação global, mas complementando-os com explicações didáticas adicionais, infográficos ilustrativos, impactos regionais, fotos e ilustrações com reprodução autorizada, sugestões e contatos de possíveis entrevistados etc. O foco é fazer com que os jornalistas e influenciadores, que pautam as opiniões dos demais públicos, tenham acesso, compreendam em profundidade e validem as ações da SEAB, em especial, as voltadas à sustentabilidade. Para tanto, também serão organizados Famtours em cada região do estado para que os

jornalistas possam ver, in loco, os avanços do Paraná nas áreas contempladas pela SEAB; Outro ponto importante deste eixo serão as ações afirmativas, focadas em posicionamento, compliance e divulgação de dados, que visam a blindagem a reputação do agro paranaense perante consumidores, investidores e órgãos de controle, utilizando a credibilidade técnica da SEAB/Deral.

Quanto às mídias digitais, alimentaremos o site e as redes sociais da SEAB com os formatos preferidos pelos paranaenses, para consumo de conteúdo: vídeos curtos e stories que geram maior engajamento, trabalhados para a oferta de informação rápida e fácil sobre programas e ações da Secretaria, em uma perspectiva de oferta de oportunidades e prestação de contas; conteúdos interativos como posts curtos e enquetes que engajam, especialmente em redes como Instagram e Facebook; mini podcasts que, com edição adequada, podem se transformar em programetes e esquetes para rádios, valorizando a mídia regional. Muito importante nestas produções, a prova social será fortemente utilizada em vídeos trabalhados como conteúdos de influenciadores, mas trazendo, como protagonistas, as vozes e experiência dos produtores rurais e dos técnicos da SEAB, em narrativas na primeira pessoa. Essa providência é duplamente bem-vinda pois, além de conferir veracidade e confiabilidade às ações da SEAB no cumprimento das políticas públicas sob sua responsabilidade, também trazem um reforço importante à comunicação interna, pois a valorização dos técnicos tem um efeito positivo sobre a percepção de reconhecimento e estimulam o "orgulho de pertencer".

Compreendendo que a sustentabilidade é de interesse coletivo, as ações desenvolvidas neste eixo são um esforço concentrado para levar ao conhecimento de todos os públicos as ações da SEAB para ampliar a sustentabilidade na agropecuária paranaense. Importante frisar que, pela relevância do estado no setor, veículos nacionais e internacionais, bem como a mídia de massa (TV e rádios) também serão alvo de um trabalho específico para a otimização do aproveitamento das pautas da SEAB, apresentadas como matérias de interesse público.

- Eixo 2 – "Valorizando nossas raízes mais fortes" – Independentemente das ações do Eixo 1 para alcançar todos os públicos elencados no edital, reconhecemos a necessidade de atuar de forma intensiva e customizada para impactar diretamente o principal público-alvo ao qual se destina esse esforço de comunicação: o produtor rural paranaense de todos os portes, que em muitas situações ainda pode ter um letramento digital reduzido ou dificuldades de acesso; para o qual o rádio ainda é um companheiro próximo da lida cotidiana; e que, não raro, confia muito mais em "uma boa conversa, olho no olho", do que um vídeo postado em uma rede social. Assim, o Eixo 2 coloca o produtor rural como protagonista da transformação para

alcançar dois objetivos específicos: 1) divulgar a produção sustentável paranaense e demonstrar, por meio de exemplos reais, como eles estão plantando, hoje, o "futuro sustentável" do estado; 2) Criar uma série de cases bem sucedidos e bom exemplos estruturados que, além de alimentarem a relação com a mídia, podem ser explorados para obter espaço em veículos nacionais e internacionais, ressaltando as boas práticas do estado nesse sentido e levando informações sobre avanços importantes aos mercados que exportam os produtos agropecuários paranaenses e; 3) convencer aqueles que ainda são avessos às mudanças sobre o valor destas novas práticas e tecnologias e de seu potencial para gerar prosperidade, sem destruição. Para tanto, além de materiais específicos que serão informados nos itens a seguir, será proposta uma ação central estruturante.

- Eixo 3 - "Do Paraná para o mundo: sou futuro sustentável" – A expressividade e liderança do estado na produção agropecuária, sua importância na carteira de exportações do agronegócio brasileiro e os resultados positivos expressivos alcançados na execução de suas políticas públicas em prol da sustentabilidade no campo justificam o Eixo 3, que conterá ações voltadas para divulgar essas boas práticas e cases de sucesso do Paraná, para além de suas divisas. Neste eixo, serão desenvolvidas desde ações de aproximação e venda de pautas para veículos nacionais, internacionais e especializados expressivos - indicando o estado como um exemplo a ser seguido, informando sobre grandes números e ressaltando a relevância socioeconômica e ambiental das iniciativas – até ações de aproximação com grupos específicos que atuam dentro e fora do estado, mas que têm relevância para a realização de suas metas de sustentabilidade (Por exemplo, relatórios de resultados direcionados para entidades internacionais certificadoras e material para exposição de resultados positivos em fóruns internacionais). Além disso, são propostos dois webinários, um a cada semestre, que serão oportunidades de lançamento de materiais de comunicação (indicados no item c), para convidados como representantes de Câmaras de Comércio Exterior e de embaixadas de países que compram produtos agropecuários paranaense, Ministério da Agricultura, bancos financiadores e jornalistas especializados em pautas ambientais, econômicas e do agronegócio e outros. Estes eventos virtuais serão oportunidades ímpares para que os técnicos da SEAB ofereçam explicações didáticas sobre programas que se deseja potencializar, promovendo a circulação de fatos, dados atualizados e desafios da Secretaria. A ação reforça a autoridade SEAB sobre os temas de sua alçada, apresenta porta-vozes que podem se transformar em fontes, e permite que os jornalistas entendam melhor aquilo que,

eventualmente, não publicam, ou publicam com equívocos, por falta de conhecimento sobre temas complexos.

Quais recursos próprios e instrumentos utilizaremos? - A estratégia prevê a mobilização integrada de todos os canais institucionais e redes da SEAB — site, redes sociais (Instagram e Facebook) - com produção de conteúdos adaptados a cada rede e linguagem segmentada, garantindo uma comunicação consistentes e não fragmentada. Importante frisar que novas redes sociais, como LinkedIn, TikTok e WhatsApp poderão vir a ser trabalhadas no futuro, caso haja orientação neste sentido por parte da Secretaria de Comunicação do Estado do Paraná (SICOM), que determina as diretrizes de comunicação para todas as secretarias de estado.

Quais diretrizes editoriais e de conteúdo adotaremos? – O desdobramento do conceito central, "Paraná: raízes fortes, futuro sustentável" orientará o eixo narrativo que transformará as práticas de sustentabilidade apoiadas pela SEAB em cuidado com o Paraná e segurança percebida pela população; técnica em prosperidade e proteção social; e orçamento em investimento público. A comunicação adotará um tom inspirador, direto e humano, com linguagem inclusiva, empática e didática, capaz de traduzir temas complexos para o cidadão comum. As peças de comunicação usarão linguagem simples em textos curtos, narrativas visuais e depoimentos reais, sempre destacando a presença da SEAB como um órgão público que age com método, inovação e tecnologia para valorizar o produtor rural, pequeno ou grande. Daremos prioridade aos formatos de maior engajamento (videorreportagens, depoimentos e conteúdos como carrossel, podcast e spots de rádio), que humanizam a mensagem e ampliam o seu alcance social.

Quando faremos? – Mesmo compreendendo que boa parte das ações propostas são de natureza contínua (ex.: a atuação cotidiana da Assessoria de Imprensa), é importante que o Plano de Ação tenha um horizonte definido, com princípio, meio e fim, até para que se possa mensurar e avaliar ganhos obtidos e lições aprendidas. Assim, definimos um horizonte de 12 meses para a execução do Plano, e definimos como "ações de longo prazo" as que acontecem do primeiro ao terceiro mês, de médio prazo, as que acontecem do quarto ao nono mês e de longo prazo as ações que se dão do décimo ao décimo-segundo mês.

Como mediremos nossos resultados? – Inicialmente, estabelecemos métricas numéricas (com base em SMART) para acompanhamento dos resultados alcançados ao longo de um ano (período de duração deste Plano de Ação). Em um cenário real, esses indicadores e

seus índices poderão ser reavaliados: 1) Assessoria de imprensa - Conversão de pautas sugeridas em matérias publicadas: meta de, no mínimo, 20 publicações em veículos nacionais + 30 regionais por temática, ao longo do ano; Tom da cobertura: ≥70% neutro/positivo (meta explícita de percepção). 2) Redes Sociais (Instagram, Facebook) - Alcance: +25% em relação à média trimestral atual; triplicar o engajamento médio por post (curtidas + comentários + compartilhamentos / impressões); Visualizações de Reels no Instagram: meta de, no mínimo, 50 mil visualizações acumuladas em 3 meses (somando todos os vídeos da campanha); Taxa de salvamento e compartilhamento: meta de +15% vs. baseline de dezembro de 2025. 3) Engajamento interno - Adesão de servidores, técnicos e terceirizados da SEAB: pelo menos 60% dos colaboradores compartilhando ou interagindo com peças nas suas redes pessoais. 4) Monitoramento e análise de sentimento e reputação: melhoria dos índices atuais, com ampliação da percepção dos índices positivos em, ao menos, dois pontos percentuais, e redução dos índices negativos em, ao menos, quatro pontos percentuais.

Importante lembrar que a fase final do Plano de Ação pressupõe a geração de um Relatório Final de Resultados que consolida as informações quantitativas e qualitativas, apresentando um panorama completo quanto ao impacto efetivamente alcançado. Esta providência prova a eficácia da estruturação e da execução do Plano de Ação, justificando o investimento e fornecendo dados essenciais para novos planos e futuras campanhas.

SUBQUESITO 3 – PLANO DE AÇÃO – AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS PELA CONTRATADA JUNTO À MÍDIA

- Ações do Eixo 1: voltadas à mídia e aos principais stakeholders, com foco em Posicionamento, Dados e Compliance Global. A ideia, aqui, é posicionar a SEAB como a "Auditora da Sustentabilidade", com base em comprovação científica. Além das atividades cotidianas da Assessoria de Imprensa, as ações específicas previstas junto à mídia são: 1) Coletivas "Safra de dados" (por exemplo, unindo informações do Departamento de Economia Rural - Deral e Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná - IDR): em momentos específicos, como no final das safras, utilizar a credibilidade do Deral para, além de divulgar números de colheita, divulgar "números ambientais" (Exemplo de Pauta: "Paraná bate recorde de produção de frango reduzindo em X% a pegada de carbono através do biogás."). 2) Press Trip "Caminhos da Sustentabilidade": Levar jornalistas de grandes centros e correspondentes internacionais para conhecerem a "modernização tecnológica no campo" na prática, por exemplo, com visitas a propriedades que utilizam o sistema ILPF (Integração Lavoura-Pecuária-Floresta) e agroindústrias movidas a biometano no Oeste do estado. 3)

Campanha "Orgulho: Paraná verde e sustentável": parceria com as grandes cooperativas para unificar o discurso e informar e engajar a sociedade nos avanços de sustentabilidade. A SEAB fornece os selos e dados oficiais (ex: "Estado líder em orgânicos") para que as cooperativas usem em suas embalagens e campanhas, criando uma chancela estadual de qualidade e sustentabilidade.

Como forma de sustentação, três ações são voltadas ao público interno, aqui tratado com a devida prioridade, como embaixador natural da imagem e da reputação da SEAB: 1) Mensagens de e-mail marketing personalizadas: enviadas aos servidores da SEAB no início das ações, em tom positivo, sugerindo que compartilhem postagens em suas redes pessoais e divulguem os avanços obtidos. 2) Mídia Training para Porta-Vozes Técnicos: para que a voz da SEAB ecoe sempre com mensagens-chave coerentes, objetivas, acessíveis e empáticas, traduzindo termos técnicos para que o cidadão comum possa compreender, para demonstrar os avanços da sustentabilidade no campo e o que a SEAB tem a oferecer, para apoiar os produtores.

- Ação do Eixo 2: "Caravana Raízes Sustentáveis" – (Ação central) – voltada aos produtores rurais, é uma iniciativa operacional, presencial e itinerante, com foco em educação, extensão e estímulo à adoção de boas práticas de sustentabilidade. O objetivo é "descer a escada" da burocracia e chegar à porteira, levar a SEAB às pessoas, transformando leis, programas e ferramentas (como o Programa Integrado de Conservação do Solo e Água do Paraná - Prosolo, o Programa Irriga Paraná, o Plano Estadual de Agroecologia e Produção Orgânica - PLEAPO e outros) em ferramentas e benefícios tangíveis para o agricultor familiar e o grande produtor. Para tanto, um comboio técnico será criado, e além dos técnicos da SEAB, extensionistas do IDR-Paraná e técnicos da Agência de Defesa Agropecuária do Paraná - Adapar, poderá incluir, a critério da Secretaria, parcerias previamente articuladas (Ex.: especialistas em energias renováveis, em parceria Copel/RenovaPR). A proposta é levar a Caravana a todo o estado, passando pelos núcleos regionais da SEAB, e que sua chegada seja precedida de intensa ação da Assessoria de Imprensa em esfera local e regional, além da cobertura in loco. Além disso, ações de relacionamento serão realizadas previamente com sindicatos rurais e cooperativas, para apoio na informação e mobilização dos principais interessados. A dinâmica da ação se consolida no "Dia de Soluções": em cada parada, a Caravana monta estandes temáticos para resolver dores reais, tais como o “Balcão da Energia” (Simulação de viabilidade econômica para instalação de biodigestores e painéis solares - Programa RenovaPR), “Clínica do Solo e Água” (Orientações práticas sobre o

Prosolo e proteção de nascentes , mostrando como isso blinda a lavoura contra estiagens), "Tira-Dúvidas da Deriva" (Demonstração prática de bicos de pulverização e tecnologias que evitam prejuízos com vizinhos e multas ambientais, dentre outras).

- Ações do Eixo 3 – para a divulgação dos grandes avanços do Paraná além de suas divisas, têm viés institucional e são realizadas no final do primeiro e do segundo semestre: 1) Webinário "Paraná sustentável em tela" - além da apresentação, por porta-vozes, de dados concretos sobre os avanços do Paraná em suas metas de sustentabilidade, será feito o lançamento do Dashboard "Agro-Ambiental PR": uma página dentro do site da SEAB/SICOM com dados sobre sustentabilidade sintetizados, sempre atualizados e ícones de fácil compreensão e navegação (número de nascentes protegidas, KWh de energia limpa gerada no campo, hectares de plantio direto etc.) A ferramenta será compatível com abertura em mobile e terá informações fornecidas por cidade e região, ajudando jornalistas e investidores a consultarem, com facilidade, a "saúde ambiental" do agronegócio paranaense. 2) Webinário "Futuro hoje: conheça o Paraná Sustentável": será lançado o Relatório de Sustentabilidade da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado do Paraná – um documento digital, anual, que passará a compilar os avanços das grandes ações da SEAB em prol da sustentabilidade, como o Plano de Baixa Emissão de Carbono (ABC+) e do Programa de Segurança Hídrica.

SUBQUESITO 4 – PLANO DE AÇÃO – MATERIAIS A SEREM PRODUZIDOS

Todos os materiais seguem rigorosamente as diretrizes de identidade visual estabelecidas pela SICOM-PR e constituem o desdobramento técnico e comunicacional da estratégia de comunicação integrada apresentada. Operam como instrumentos essenciais para a articulação, amplificação e consolidação das narrativas institucionais associadas à SEAB, e partem da compreensão de que a comunicação não se esgota nas ações, mas se concretiza na qualidade, adequação e circulação dos produtos comunicacionais que tornarão visível, inteligível e reconhecível a atuação da Secretaria em prol de suas metas. São concebidos como elementos ativos da estratégia, capazes de organizar fluxos de informação, ativar conexões entre públicos e sustentar, de forma contínua, a visibilidade institucional gerada pelas ações previstas, contribuindo para a compreensão dos públicos quanto à centralidade da SEAB no cumprimento de políticas públicas de grande relevância.

A concepção desses materiais considera a diversidade de públicos envolvidos, a capilaridade territorial, os diferentes ambientes de circulação da informação e a necessidade

de assegurar clareza, acessibilidade, relevância pública e coerência institucional a tudo o que é comunicado em nome do órgão. Trata-se de estruturar um conjunto de produtos de maneira complementar e articulada, permitindo sua utilização coordenada ao longo das etapas previstas (curto, médio e longo prazos), organizando a informação, ampliando o alcance das narrativas e reforçando a identidade institucional. Essa abordagem assegura que os materiais expressem a diversidade das vertentes nas quais a SEAB atua, enquanto reforçam a reputação do governo. Serão distribuídos aos públicos de acordo com os fluxos formais da comunicação corporativa e com as boas práticas da comunicação pública, de caráter educativo, informativo e de orientação.

- Conteúdos institucionais e editoriais: cumprem papel estruturante na comunicação, asseguram coerência discursiva, explicitam objetivos, critérios, dinâmicas e resultados, e situam as políticas públicas voltadas à sustentabilidade, à inovação e tecnologia na produção agrícola paranaense e seus impactos no desenvolvimento regional. Esses materiais contribuem para reduzir assimetrias de informação, qualificar o entendimento público e reforçar a legitimidade institucional. Seus conteúdos são referências para todos os demais, garantindo alinhamento conceitual, padronização discursiva e clareza técnica. Integram esse conjunto: 1) os textos institucionais sobre ações e programas da SEAB, redigidos em linguagem clara, acessível e tecnicamente precisa, contextualizados a partir de exemplos concretos; e 2) os conteúdos editoriais destinados aos canais oficiais que apresentam projetos, novas tecnologias, contextos territoriais, estruturados a partir de dados oficiais, enquadramento institucional e narrativas exemplificadas, favorecendo a cobertura qualificada.

- Conteúdos digitais e multimídia: fundamentais para ampliar a circulação das narrativas, traduzir a complexidade técnica dos projetos em formatos compreensíveis e valorizar o protagonismo estudantil como eixo central da comunicação. Esses materiais permitem dinamizar a presença institucional nos ambientes digitais, conectando territórios, experiências e públicos diversos, e potencializam o "efeito rede" ao favorecer a circulação orgânica dos conteúdos. O conjunto contempla: 1) vídeos curtos, registros audiovisuais de entrevistas e depoimentos; 2) peças gráficas digitais; 3) conteúdos visuais e textuais adaptados às plataformas digitais e redes sociais, com legendas, descrições de imagem, linguagem clara e recursos de acessibilidade, assegurando ampla fruição da informação; 4) registros fotográficos institucionais; e) materiais de áudio, como spots para rádios e podcasts.

- Materiais de apoio à imprensa e ao relacionamento institucional - contribuem para qualificar a mediação entre a SEAB e seus públicos, de forma contínua. Incluem-se neste grupo: 1) kits

de imprensa digitais, reunindo textos institucionais, informações gerais, dados oficiais, imagens e contatos da comunicação; 2) materiais de apoio para atendimento à imprensa durante eventos específicos, com informações organizadas e contextualizadas; 3) conteúdos informativos destinados a parceiros institucionais.

- Materiais de síntese, consolidação e memória institucional: asseguram continuidade à comunicação, ampliam a vida útil dos conteúdos gerados e reforçam o reconhecimento público e impacto das ações da SEAB. Transformam resultados em ativos permanentes de comunicação, capazes de subsidiar ações futuras, prestação de contas e fortalecimento da imagem pública da Secretaria. Este conjunto inclui: 1) conteúdos de síntese temática e institucional, apresentando destaques, áreas de inovação, recortes territoriais e aprendizados; 2) Relatórios de resultados; 3) organização e sistematização de registros audiovisuais, fotográficos e editoriais para uso em comunicações futuras.

- Materiais produzidos especialmente para a ação central do Eixo 2 - Considerando a dificuldade de conectividade e o perfil de alguns produtores, a comunicação da Caravana contará com materiais de apoio específicos. São eles: 1) Kit de Bolso do Produtor Paranaense - impresso, ao estilo dos antigos almanaques, contendo guias rápidos e visuais (infográficos), com linguagem simples e explicativa, sobre temas importantes para a sustentabilidade da propriedade rural (por exemplo, "Como proteger sua nascente em 5 passos" , "Calendário de Vazio Sanitário" e "Checklist do Plano ABC+"). 2) Rede de Rádio "De vizinho para Vizinho": Produção de spots e pílulas de 2 minutos para distribuição massiva em rádios AM/FM do interior do Paraná. O conteúdo será pautado em depoimentos de produtores locais que lucraram ao mudar a matriz energética ou ao adotar o plantio direto, por exemplo. A validação pelos pares ("vizinho falando para vizinho") é a ferramenta de persuasão mais forte no agro. 3) Jornal Mural "Safra Segura": Cartazes informativos renovados mensalmente para serem fixados em locais de alto fluxo: sedes de cooperativas, casas agropecuárias e igrejas rurais. Foco editorial: Serviços como alertas climáticos (baseados no Simepar/IDR) e prazos de programas de crédito/fomento.

SUBQUESITO 5 – OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

A análise da cobertura jornalística mostra que a Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento do Paraná ocupa posição de destaque no agronegócio, com atuação reconhecida em todo o estado pela competência técnica em temas como sanidade, produção e regulação. A presença da Secretaria e de suas vinculadas em veículos regionais, especializados e generalistas revela um ambiente favorável para consolidar narrativas institucionais, mesmo que nem sempre diretamente associadas às políticas públicas. Essa leitura decorre da análise sistemática da cobertura jornalística realizada no período auditado, que identificou padrões de abordagem, recorrência temática e valência das menções à SEAB e às suas vinculadas, servindo de base para a identificação das oportunidades de mídia positiva listadas a seguir.

1. Paraná como líder nacional em produção agropecuária sustentável

O desempenho do Paraná no agronegócio, aliado às políticas públicas voltadas à sustentabilidade, coloca o estado em posição privilegiada para narrativas positivas de grande repercussão. O protagonismo na produção de grãos, proteínas animais e alimentos industrializados – evidenciado na cobertura recente de veículos como Valor Econômico, Gazeta do Povo e portais especializados – cria oportunidade estratégica para associar resultados econômicos expressivos a compromissos ambientais concretos.

Mais do que números, há histórias reais a serem contadas: produtores que adotam técnicas de plantio direto na palha, famílias rurais beneficiadas por programas de proteção de nascentes e extensionistas que levam conhecimento sobre controle de deriva aos quatro cantos do estado, por exemplo. São narrativas que humanizam as políticas públicas e reforçam a imagem do Paraná como produtor competitivo e responsável em um mercado global cada vez mais exigente quanto à rastreabilidade e à responsabilidade socioambiental.

O Plano de Baixa Emissão de Carbono e o Programa de Segurança Hídrica, por exemplo, são compromissos que colocam o Paraná à frente no debate sobre mudanças climáticas. Divulgá-los de forma clara, com dados concretos e testemunhos de quem participa, fortalece o posicionamento do Estado como referência nacional em agricultura sustentável.

2. Reconhecimento da SEAB como autoridade técnica e fonte qualificada

A análise de cobertura jornalística do período recente confirma que a SEAB é sistematicamente acionada pela imprensa como fonte técnica em temas estratégicos: safras, defesa sanitária, políticas rurais e impactos climáticos. Esse reconhecimento institucional resulta da credibilidade construída ao longo dos anos e da expertise de seus técnicos.

Há aqui, portanto, uma oportunidade concreta de mídia positiva para a SEAB: ampliar e consolidar esse papel de referência, posicionando a Secretaria não apenas como gestora de políticas públicas, mas como mediadora legítima entre governo, setor produtivo e sociedade. Isso significa antecipar pautas, oferecer dados qualificados antes que sejam solicitados e disponibilizar porta-vozes preparados para diferentes contextos e veículos.

Quando a SEAB fala com autoridade, reduz-se o espaço para especulações, boatos e interpretações equivocadas. Quando fornece informação precisa e tempestiva, qualifica-se o debate público. Esse protagonismo técnico é ativo estratégico que precisa ser preservado, ampliado e comunicado com inteligência.

3. Potencial de humanização das políticas públicas do campo

Os números impressionam: hectares preservados, toneladas produzidas, famílias atendidas. Mas são as histórias por trás desses números que conquistam corações, mobilizam a opinião pública e geram identificação. A análise de engajamento midiático demonstra que pautas humanizadas – aquelas que conectam dados técnicos a impactos concretos na vida de produtores, comunidades e territórios – obtêm maior repercussão e alcance.

Existe, no cotidiano das ações da SEAB, material abundante para essas narrativas: o produtor que mudou de matriz energética, a família que voltou a ter água potável no sítio, a cooperativa que encontrou mercado para orgânicos, o técnico que percorre estradas de terra para levar assistência. Essas histórias existem, estão acontecendo agora e precisam ser contadas.

Humanizar políticas públicas não é artifício retórico: é estratégia de aproximação, legitimação e efetividade. Quando a sociedade compreende o benefício concreto de uma ação governamental, ela a valoriza, defende e cobra sua continuidade. Quando o produtor rural se reconhece em uma iniciativa, ele se torna protagonista e multiplicador dela.

SUBQUESITO 6 – IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS À IMAGEM

Ao mesmo tempo em que a análise da cobertura jornalística evidencia um cenário favorável à ampliação da presença positiva da SEAB na mídia, o material auditado também revela pontos de atenção que, se não observados, podem comprometer a efetividade da comunicação institucional e gerar riscos à imagem da Secretaria. A complexidade temática da pasta, a diversidade de públicos estratégicos e a elevada exposição em contextos sensíveis impõem desafios comunicacionais que exigem leitura crítica, planejamento e coordenação permanente. A partir da análise sistemática da cobertura e da recepção das mensagens institucionais, foram identificados três riscos principais, relacionados à aderência da comunicação ao público prioritário, à coerência narrativa das ações institucionais e à gestão da visibilidade em situações críticas.

1. Distanciamento comunicacional do público prioritário por inadequação de linguagem

A análise de mídia e de recepção das mensagens institucionais aponta um risco concreto: parte da comunicação da SEAB adota uma linguagem predominantemente técnica e institucional, que nem sempre dialoga diretamente com o repertório, a experiência prática e os processos decisórios do produtor rural paranaense.

Esse desalinhamento não é mero detalhe e pode representar uma ameaça à efetividade das políticas públicas. Em um contexto que exige mudança de práticas produtivas, adaptação a desafios climáticos e adoção de tecnologias sustentáveis, a distância entre discurso institucional e realidade do campo pode inviabilizar o alcance das iniciativas, por melhores que elas sejam tecnicamente.

A comunicação dirigida ao produtor rural exige simplicidade sem simplismo, objetividade sem superficialidade. Requer também o conhecimento dos canais que o produtor confia, dos horários em que está disponível e dos formatos que melhor assimila. Demanda, acima de tudo, adequação da linguagem ao público que se quer alcançar. Caso contrário, corre-se o risco de produzir comunicação para si mesmo, sem aderência real junto ao público que deveria beneficiar.

2. Fragmentação narrativa e dispersão de mensagens estratégicas

A SEAB é uma pasta complexa, multitemática e com grande volume de programas, ações e iniciativas simultâneas. Diferentes áreas comunicam suas conquistas, entidades vinculadas divulgam seus resultados e eventos se sucedem. O risco está na ausência de

coordenação narrativa: quando tudo é urgente, nada se destaca; quando todas as mensagens competem por atenção, nenhuma prevalece.

A análise de cobertura jornalística evidencia sobreposição de pautas, dificuldade de compreensão das prioridades institucionais e fragmentação que enfraquece o impacto comunicacional global. Não se trata de reduzir a atuação da Secretaria, mas de organizar sua comunicação de modo que as múltiplas frentes reforcem, em vez de dispersar, a percepção pública sobre seu papel e suas entregas.

A falta de hierarquização clara e de mensagens-âncora que conectem as diferentes ações a um propósito maior tende a confundir públicos estratégicos e a reduzir a capacidade de mobilização e de reconhecimento institucional. É preciso construir uma unidade narrativa sem eliminar diversidade temática: desafio complexo que exige planejamento rigoroso e coordenação contínua.

3. Exposição reputacional amplificada em contextos críticos

Eventos climáticos extremos, crises sanitárias, perdas produtivas, oscilações de mercado: tudo isso eleva drasticamente a visibilidade da SEAB na mídia e intensifica as expectativas por respostas rápidas, claras e orientadoras. A análise de cobertura em situações críticas demonstra aumento significativo de abordagens negativas, cobranças públicas e questionamentos sobre a eficiência da atuação estatal.

Nesses momentos, a comunicação é tensionada ao limite. A ausência de mensagens consistentes, coordenadas e tempestivas pode transformar situações conjunturais em crises de imagem com potencial para desgaste institucional duradouro junto ao setor produtivo, à imprensa e à sociedade.

O risco não está apenas na crise em si, e sim na imprevisibilidade, na desorganização da resposta e na demora do posicionamento. Em contextos críticos, o silêncio é interpretado como omissão, a morosidade como incompetência, e a incoerência como descompromisso. A preparação prévia, com protocolos de comunicação de crise, porta-vozes treinados e mensagens-chave pré-estabelecidas, é uma medida indispensável para a proteção reputacional da Secretaria.

# Análise de imagem

Qartners
Comunicação

QUESITO 2 – ANÁLISE DE IMAGEM DO CONTEÚDO PUBLICADO E/OU VEICULADO EM JORNAIS E EMISSORAS DE TELEVISÃO SOBRE O TEMA DO EXERCÍCIO CRIATIVO

Data 01/08/2025

O dia foi marcado por um volume robusto de exposição, com 54 inserções no total. A distribuição reflete uma presença sólida em meios tradicionais e digitais.

Web: 30 notícias | Impresso: 17 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de Destaque: SBT Notícias PR, Jornal Bem Paraná, Diário dos Campos e O Paraná Online.

Pautas dominantes

Orientação técnica (Adapar): Manejo de agrotóxicos no Noroeste (9 ocorrências).

Produtividade: Expectativa recorde para a 2ª safra de milho (6 ocorrências).

Valorização regional: Liderança do Paraná em Indicações Geográficas (5 ocorrências)

Análise: O saldo do dia é predominantemente positivo, com a SEAB consolidada como um pilar de desenvolvimento econômico.

Ponto positivo: Credibilidade reforçada pelo uso de dados técnicos e associação direta a recordes de produtividade e eficiência na gestão pública.

Ponto de risco: Observou-se que a Secretaria muitas vezes é citada como tema e não como fonte ativa. Há espaço para aumentar o protagonismo dos porta-vozes para garantir o controle da narrativa (enquadramento).

Sugestão de ações de comunicação

- Revisão da estratégia de publicações nas redes sociais. O perfil da SEAB deve apresentar mais prestação de serviços aos agricultores do Estado, divulgar as políticas públicas e dados voltados para o setor, cases de sucesso de agricultores (grandes, médios e pequenos), agendas institucionais. Ampliar a produção de vídeos é estratégica também.
- A SEAB pode buscar mais protagonismo na pauta econômica, com a produção de artigos assinados e releases que conectem a safra ao impacto direto no bolso do cidadão (geração de emprego e renda).

- Ampliar a presença da SEAB em emissoras de rádio do interior com boletins técnicos e entrevistas, aproveitando o alcance capilar deste meio no setor agro.
- Atuar com "notas técnicas de contexto" em pautas que envolvam o Governo Federal, garantindo que a visão técnica do Estado seja preservada.

Data: 02/08/2025

O volume de 30 notícias apresentou uma distribuição equilibrada e estratégica. A paridade entre Web e Impresso confere um "selo de credibilidade" junto a decisores regionais, enquanto a presença em TV e Rádio garante alto impacto simbólico.

Web: 14 notícias | Impresso: 11 notícias | TV: 3 notícias | Rádio: 2 notícias

Veículos de Destaque: Bem Paraná, Rádio CBN Curitiba, Band News FM Curitiba e Jovem Pan News PR.

Pauta dominante

O destaque do dia foi a projeção da 2ª safra de milho, que segue como a pauta de maior tração (6 ocorrências).

Análise: O clipping do dia registrou uma variedade de enfoques setoriais (agro, eventos, economia regional, institucional), com temas relacionados a eventos setoriais e feiras, como a Agroleite e ao Fórum SAE Brasil. Isso representa um reforço de imagem institucional ligada à inovação, articulação setorial e desenvolvimento regional.

Pontos positivos: Houve diversificação temática na cobertura do dia, evitando desgaste de imagem associado à repetição de pautas sensíveis. A narrativa mais leve e positiva, com ênfase em eventos, produção, boas práticas e desenvolvimento regional. As notícias do dia registraram maior presença de conteúdo humano e institucional, com entrevistas, podcasts, eventos presenciais.

Pontos de risco: Alguns assuntos com potencial maior aparecem apenas uma vez no noticiário do dia e não são explorados em outros formatos ou veículos. Há uma aparente dependência de cobertura espontânea, com menor evidência de pauta claramente induzida por estratégia de comunicação.

Sugestão de ações de comunicação

- Produzir newsletters semanais para o público interno da SEAB, divulgando as principais ações da semana, trazendo boas práticas, dados da safra e econômicos para alinhamento das informações entre servidores e colaboradores da Secretaria.
- Criar cartilhas para divulgação entre os agricultores, especialmente familiares, sobre boas práticas. Um dos temas pode ser a sericicultura, que está em expansão no Estado.

Data: 03/08/2025

O clipping mais enxuto, porém qualificado, com temas de alto valor reputacional, com 13 notícias. O conjunto das matérias aponta para valorização da produção agropecuária, reconhecimento de qualidade e atuação reguladora e orientadora do Estado.

Web: 9 notícias | TV: 3 notícias | Impresso: 1 notícia

Veículos de destaque: Rádio CBN Curitiba, Band News FM Curitiba, Jovem Pan News PR, O Paraná / O Paraná Online. Os demais veículos majoritariamente portais regionais, rádios locais e mídias setoriais.

Pauta dominante

O assunto que apareceu mais foi a orientação da Adapar a produtores do Noroeste sobre aplicação adequada de agrotóxicos (3 ocorrências).

Análise: O noticiário do dia teve forte predominância do meio digital. A presença em TV, embora pequena, foi relevante pelo alcance amplo, pela credibilidade, pelo poder de repercussão indireta. O impresso aparece de forma pontual, mas ainda estratégica.

Pontos positivos: Narrativa positiva, com ênfase em premiações, ganhos de produtividade e boas práticas. A Adapar aparece não apenas como órgão fiscalizador, mas como agente orientador. Os conteúdos também apresentam alto potencial de reputação, como o relacionado a indicações geográficas, produtos premiados e destaque para a atuação das mulheres.

Ponto de risco: Embora bem abordado, o uso de agrotóxicos é um tema sensível, pois é suscetível a reenquadramento ambiental, leituras negativas em outros contextos.

Sugestão de ações de comunicação

- Instituir um selo adesivo ou digital para os equipamentos que passaram pela inspeção da Adapar. Isso valoriza o patrimônio do produtor e serve como prova de responsabilidade ambiental.
- Publicar notas técnicas semanais, via Deral, sobre o impacto real das tarifas dos EUA na produção paranaense para acalmar o mercado e evitar especulação de preços.
- Pesquisa do IDR-Paraná revelou que 70% dos produtores que não sabem informar seu manejo enfrentam erosão. Lançar uma campanha de alfabetização técnica sobre o "Manejo Consciente".

Data: 04/08/2025

Com um total de 35 notícias, o clipping do dia teve um bom equilíbrio entre visibilidade e reputação. O noticiário voltou a abordar a ação da Adapar no Noroeste, as indicações geográficas. Também tratou sobre café especial e protagonismo feminino, programas de apoio ao produtor (Renova Paraná) e a valorização da agroindústria e do valor agregado.

Web: 22 notícias | TV: 5 notícias | Impresso: 5 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Meio Dia Paraná, de Maringá e de Londrina), TV Record (Balanço Geral), Bem Paraná, Rádio CBN Curitiba, Band News FM Curitiba. Os demais veículos presentes são, em sua maioria, portais regionais, rádios locais e sites especializados.

Pautas dominantes

Adapar realiza operação para orientar produtores do Noroeste (4 ocorrências).

Liderança do Paraná em Indicações Geográficas (3 ocorrências).

Programa Renova Paraná (2 ocorrências).

Safra de milho recorde (3 ocorrências).

Análise: A web seguiu dominante no clipping, mas sem excluir meios tradicionais. O impresso manteve peso institucional relevante, sobretudo em pautas econômicas e agro. As emissoras de rádio e TV apareceram pouco em volume.

Pontos positivos: As notícias do dia apresentaram uma narrativa institucional madura, com forte associação à liderança nacional, qualidade reconhecida, boas práticas agrícolas. Houve predominância de pautas positivas, relacionadas a Indicações Geográficas, safras robustas, produtores premiados, mulheres no agro. Além disso, a Adapar aparece com uma atuação orientadora, agente de prevenção.

Ponto de risco: Nota-se uma certa dependência de pautas técnicas, com pouca presença de histórias institucionais mais humanas fora do agro tradicional.

Sugestão de ações de comunicação

- Como um elemento do programa RenovaPR, criar uma ferramenta simples no site do IDR-Paraná onde o produtor insere o valor da sua fatura e recebe uma estimativa de quanto a iniciativa pode reduzir seu custo fixo. Fazer ampla divulgação da ferramenta na Imprensa e nas redes sociais.

Data: 05/08/2025

Com o registro de 56 notícias, a cobertura girou majoritariamente em torno do Agroleite 2025, da cadeia do leite e laticínios, da agricultura familiar e de parcerias institucionais e investimentos.

Web: 36 notícias | Impresso: 11 notícias | TV: 6 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: Os programas Balanço Geral (PR/Maringá), Agora 1 (TV Globo), Meio Dia Paraná, RIC Notícias e Primeiro Impacto, da TV aberta, são o topo da pirâmide de importância para o grande público.

Pauta dominante

O início da Agroleite foi o destaque das notícias do dia (17 ocorrências).

Análise: A web dominou o noticiário do dia, impulsionada por portais regionais e setoriais. O impresso manteve presença significativa, reforçando a legitimidade institucional. Já TV e rádio cresceram em relação aos dias anteriores, aumentando o alcance e ampliando o impacto da notícia.

Pontos positivos: A narrativa do dia foi muito favorável, com ênfase na liderança do Paraná, inovação, investimentos e geração de renda. A Agroleite funciona como uma plataforma institucional para ser vitrine de políticas públicas e um espaço de articulação institucional.

Ponto de risco: Na maior parte das notícias do dia, a SEAB pode parecer um "figurante institucional" se não destacar suas próprias políticas públicas, como o IDR-Paraná e a Adapar, que aparecem de forma secundária nos textos.

Sugestão de ações de comunicação

A SEAB deve aproveitar a Agroleite para dar visibilidade às políticas públicas voltadas para o setor. Além de reforçar a comunicação com a divulgação de temas relacionados à produção leiteira para a imprensa, a SEAB deve contar com um estande no evento. O ambiente deve focar em três pilares, a inovação técnica, o apoio ao produtor e a experiência do visitante. Técnicos da SEAB podem estar disponíveis para o atendimento aos produtores, um balcão digital demonstrando como o produtor pode emitir GTAs, notas fiscais e acessar serviços da SEAB pelo celular, além de uma programação diária de atividades, como palestras e rodas de conversas. A ideia é dar visibilidade às ações da Secretaria e reforçar a marca.

Data: 06/08/2025

Foram 94 notícias no dia, com uma boa ocupação do ecossistema regional estratégico, especialmente nos Campos Gerais. Destaque para a presença do vice-governador Darci Piana na Agroleite.

Web: 59 notícias | Rádio: 15 notícias | Impresso: 14 notícias | TV: 6 notícias

Veículos de destaque: Jornal da Manhã PR, A Rede, Indústria & Comércio, CBN Curitiba, O Paraná / O Paraná Online e Hoje PR, porque têm alcance regional qualificado (Campos Gerais e Curitiba), credibilidade junto a lideranças políticas e produtivas, capacidade de pautar outros veículos menores e forte presença no segmento agro, economia e política pública.

Pautas dominantes

Agroleite (45 ocorrências).

Homenagem a 22ª Jornada de Agroecologia (7 ocorrências).

Análise: As notícias do dia foram ancoradas no digital, mas com boa diversificação em meios tradicionais, como emissoras de rádio, que registraram em suas reportagens as sessões solenes, a Agroleite e a Assembleia Itinerante. Houve predominância de veículos regionais consolidados, com boa distribuição entre capital e interior e forte presença em mídia especializada em economia e agro.

Pontos positivos: As matérias tratam sobre o agro na perspectiva do desenvolvimento regional, da valorização do agro, da presença do Estado. Houve associação a lideranças institucionais e eventos estruturantes.

Ponto de risco: A insatisfação dos servidores do IDR-Paraná e da agropecuária em relação ao Plano de Cargos (PCCV) é o ponto mais crítico.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a divulgação das ações anunciadas pelo Governo do Estado, no âmbito da SEAB, durante a Agroleite, trazendo desdobramentos e mais detalhes dos assuntos.
- Com a aproximação da COP 30, a Assessoria de Comunicação da SEAB pode sugerir pautas a veículos estratégicos de Imprensa sobre as ações voltadas para a descarbonização da agricultura no Estado.

Data: 07/08/2025

Com 140 registros, o noticiário do dia teve como destaques a produção agropecuária, atuação técnica e reguladora do Estado, os dados econômicos e de safra e pautas institucionais.

Web: 111 notícias | Impresso: 19 notícias | TV: 7 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: Bom Dia Paraná (RPC/Globo), SBT Paraná, Band Paraná e Meio Dia Paraná (Ponta Grossa), além de RIC Mais e Tribuna da Massa.

Pautas dominantes

O anúncio do laboratório de biotecnologia voltado para o leite (39 ocorrências).

A venda carne de peru para o mercado internacional (17 ocorrências).

Tarifaço dos EUA a produtos brasileiros e a reação do Governo do Estado (8 ocorrências).

Análise: A web foi o principal vetor de visibilidade e replicação de conteúdo. O impresso manteve a função de legitimação institucional e alcança públicos estratégicos (lideranças, setor produtivo, gestores). Já as emissoras de rádio e TV, mesmo com menor volume, seguiram relevantes para a formação de opinião e interiorização da mensagem.

Pontos positivos: As pautas do dia trouxeram predominância de enquadramento técnico, com dados, orientações e informações de interesse público. A matéria sobre a exportação de carne de peru, com dados do Deral, teve boa aderência nos veículos de comunicação.

Ponto de risco: O conteúdo do dia foi muito técnico. Se não for humanizado, pode ter baixo engajamento fora do público especializado. A baixa presença de histórias positivas humanas, com exemplos de casos concretos ou personagens gera menos impacto na opinião pública.

Sugestão de ações de comunicação

- Inserir histórias humanas nas pautas técnicas, com relatos de produtores, técnicos de campo e resultados práticos das políticas públicas. Por exemplo, como as ações da SEAB contribuíram para o resultado da exportação de carne de peru.
- Da mesma forma da Agroleite, marca presença técnica e política (inclusive com estande) nas principais feiras voltadas para o agronegócio, que representa mais de 30% do PIB do Estado.
- Em relação às medidas do Governo do Estado sobre o tarifaço dos EUA, sugerir pautas com as ações da SEAB, além de sugerir entrevistas com porta-vozes da Secretaria para repercutir as ações.

Data: 08/08/2025

Foram 102 notícias com clara concentração temática em eventos institucionais e agroindústria. O dia combinou forte visibilidade positiva, repetição intensa de pautas âncora e itens pontuais de risco reputacional.

Web: 69 notícias | Impresso: 19 notícias | TV: 7 notícias | Rádio: 7 notícias

Veículos de destaque: Bem Paraná, RIC Notícias, TN Online e G1 Sul Notícias concentram maior audiência e credibilidade no Paraná, sendo estratégicos para alcance estadual e visibilidade ampla. Veículos como Jornal da Manhã, Gazeta do Paraná, Diário dos Campos, Jornal do Oeste e CATVE têm forte penetração regional, ideais para impacto territorial.

Pautas dominantes

Feira de Sabores do Paraná (29 ocorrências).

Anúncio sobre o laboratório de biotecnologia do leite (17 ocorrências).

Análise: A web respondeu por 2/3 do clipping, evidenciando alto grau de repercussão de alguns temas. O impresso manteve peso institucional relevante, especialmente para legitimação. Já as emissoras de TV e rádio, embora minoritários em volume, ampliaram significativamente o impacto reputacional.

Ponto positivo: Amplo destaque para a Feira de Sabores do Paraná, que pode ser uma plataforma de fortalecimento da reputação, servindo como uma vitrine institucional, com geração de conteúdo positivo.

Pontos de risco: Divulgação reduzida para a declaração do ITR. Já a menção à necessidade emergencial de cascalho em Boa Esperança e a manutenção de estradas rurais em Goioerê acendem um alerta sobre a logística.

Sugestão de ações de comunicação

- Preparar a estratégia da cobertura da Feira de Sabores, uma ação direta da SEAB. Transformar um evento institucional em uma experiência de estilo de vida e gastronomia para o público de Curitiba e região. Usar técnicas de Storytelling para o Instagram/ TikTok, trazer histórias, realizar cobertura diária, com posts e vídeos curtos. Recomenda-se, por exemplo, divulgar releases diariamente a partir de atividades realizadas no evento, sobre impacto econômico, histórias de produtores, turismo gastronômico.

Data: 09/08/2025

O noticiário do dia teve 44 registros relacionados e de interesse da SEAB. Predominaram pautas técnicas, econômicas e institucionais de rotina.

Web: 21 notícias | Impresso: 17 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 2 notícias

Veículos de destaque: A Gazeta do Povo Online e a CBN Curitiba concentram maior credibilidade, audiência e influência no Estado. Já Folha de Londrina Online, Jornal da Manhã, Gazeta do Paraná, Tribuna do Norte e Jornal do Oeste têm forte penetração regional, ideais para comunicação territorializada.

Pauta dominante

Vetos ao projeto de lei sobre licenciamento ambiental (8 ocorrências).

Análise: Com base no noticiário dos últimos dias, o Paraná vive uma dualidade, de um lado, a pujança produtiva e de outro, um cenário de incerteza regulatória devido aos vetos na Lei Geral do Licenciamento Ambiental e à tarifação americana.

Pontos positivos: A liderança em Indicações Geográficas significa que o Estado não entrega apenas commodities, mas produtos com história, qualidade certificada e valor de mercado superior. Já a transição da cafeicultura tradicional para a de especialidade, especialmente com o protagonismo feminino, eleva o patamar do café paranaense no mundo.

Pontos de risco: O veto à dispensa de licenciamento para quem aguarda análise do CAR pode travar investimentos, o produtor paranaense sente-se "punido" pela lentidão do sistema estatal. Em relação à sericicultura, a presidente da Bratac alertou que a deriva de agrotóxicos é a maior ameaça à seda. Além disso, o tarifaço dos EUA e o risco de embargos sanitários pressionam a avicultura, apesar dos preços bons no mercado interno.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar um painel sanitário transparente, com a divulgação de boletins didáticos sobre as medidas preventivas contra a Influenza Aviária para manter a confiança do mercado externo.
- Criar vídeos rápidos mostrando como usar o aplicativo Nota Fácil. O depoimento de produtores que já venceram a resistência tecnológica é ferramenta de convencimento.
- Promover o Paraná como o destino do turismo de negócios e raízes. O Estado deve "vender" a Agroleite, a Fenafep e a Festa do Ovo como um circuito único de desenvolvimento regional.

Data: 10/08/2025

Foram 20 notícias no clipping do dia, destacando um movimento intenso de modernização tecnológica, conflitos regulatórios e fortalecimento da comercialização direta.

Web: 12 notícias | TV: 4 notícias | Impresso: 4 notícias

Veículos de destaque: A Gazeta do Povo é o principal veículo do Paraná, com maior influência institucional, audiência e alcance estadual, especialmente no ambiente digital. Já a Folha de Londrina e Bem Paraná/TN Online se destacam regionalmente, com forte penetração local, mas alcance limitado fora de suas áreas. Os demais veículos têm papel regional ou de nicho, sendo estratégicos para comunicação segmentada e territorializada.

Pauta dominante

O dia foi de assuntos pulverizados. A exportação de carne de peru (2 ocorrências), da Feira de Sabores do Paraná (2 ocorrências).

Análise: As matérias foram publicadas em veículos confiáveis e especializados, com baixa exposição a enquadramentos críticos. Além disso, houve boa distribuição regional das notícias.

Pontos positivos: As notícias sobre o investimento em colégios agrícolas e na qualificação de profissionais em Castro demonstram a importância do agro para o Estado. A ampliação da Feira Sabores continua em destaque na mídia.

Pontos de risco: O prazo para a declaração do ITR exige atenção na divulgação institucional. Deve-se ter atenção à polarização ideológica em relação ao "PL da Devastação", que pode dificultar consensos em políticas públicas estaduais.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar um painel sanitário transparente, com a divulgação de boletins didáticos sobre as medidas preventivas contra a Influenza Aviária para manter a confiança do mercado externo.
- Criar vídeos rápidos (estilo Reels) mostrando como usar o aplicativo Nota Fácil. O depoimento de produtores que já venceram a resistência tecnológica é a melhor ferramenta de convencimento.
- Promover o Paraná como o destino do turismo de negócios e raízes. O Estado deve "vender" a Agroleite, a Fenafep e a Festa do Ovo como um circuito único de desenvolvimento regional.

Data: 11/08/2025

O noticiário do dia teve 51 registros relacionados e de interesse da SEAB. Predominaram pautas técnicas, econômicas e institucionais de rotina.

Web: 44 notícias | Impresso: 3 notícias | Rádio: 3 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: RIC Notícias, BandNews FM Curitiba Online e O Globo Online concentram maior audiência, credibilidade e capacidade de repercussão, ampliando alcance além do âmbito local. Jornal de Beltrão, Gazeta de Toledo, Jornal do Oeste, Portal de Maringá e Paiquerê AM têm forte impacto regional, essenciais para cobertura territorial no PR.

Pauta dominante

Vetos ao projeto de lei sobre licenciamento ambiental (8 ocorrências).

Análise: A web é absolutamente dominante (cerca de 86% do clipping), confirmando a forte capacidade de replicação de notícias, o alto alcance digital, a menor curadoria editorial individual. Já o impresso, rádio e TV, embora com volume reduzido, representam inserções de alto valor qualitativo e estratégicos para credibilidade, interiorização e formadores de opinião.

Pontos positivos: A consolidação da liderança na produção leiteira, o impacto social através do pioneirismo da Ceasa no combate à violência contra a mulher e da valorização das produtoras de seda e o avanço da infraestrutura rural foram os destaques do dia.

Pontos de risco: A comunicação enfrenta o desafio de equilibrar a narrativa de safra recorde com a realidade da baixa rentabilidade no milho e prejuízo na mandioca. Além disso, a reação negativa aos vetos federais no licenciamento e o tarifaço dos EUA exigem um posicionamento técnico ágil.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar um painel sanitário transparente, com a divulgação de boletins didáticos sobre as medidas preventivas contra a Influenza Aviária para manter a confiança do mercado externo.
- Criar vídeos rápidos mostrando como usar o aplicativo Nota Fácil. O depoimento de produtores que já venceram a resistência tecnológica é a melhor forma de convencimento.
- Promover o Paraná como o destino do turismo de negócios e raízes. O Estado deve "vender" a Agroleite, a Fenafep e a Festa do Ovo como um circuito único de desenvolvimento regional.

Data: 12/08/2025

O noticiário do dia indica, com 43 notícias, continuidade das pautas agroeconômicas e reforço de agendas institucionais.

Web: 30 notícias | Impresso: 6 notícias | TV: 5 notícias | Rádio: 2 notícias

Veículos de destaque: Bem Paraná, BandNews FM Curitiba, SBT Paraná, RIC Notícias Manhã e Valor Econômico concentram maior audiência, credibilidade e potencial de repercussão estadual e nacional. Já Gazeta do Paraná Online, Diário do Sudoeste, Jornal de Beltrão, Jornal do Oeste, CATVE e Tarobá News garantem forte penetração regional.

Pautas dominantes

Recursos destinados à Prefeitura de Cascavel para a aquisição de maquinário (5 ocorrências).

Ceasa terá selo da ABNT pelo combate à violência contra as mulheres (4 ocorrências)

Análise: O clipping do dia manteve o padrão estrutural dos dias imediatamente anteriores, com predominância de notícias na web e impresso com presença pontual, porém estratégica. Já no rádio foram veiculadas duas inserções específicas, ligadas à prestação de serviço.

Pontos positivos: Uso consistente de dados oficiais, ênfase em tecnologia, rastreabilidade e sustentabilidade e diversidade de cadeias produtivas abordadas.

Pontos de risco: As notícias foram descritivas com pouca orientação prática para os produtores.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a divulgação da declaração do ITR, com sugestão de matérias e entrevistas para emissoras de rádio e televisão, novos releases.
- Introduzir elementos humanos nas pautas técnicas, com histórias de produtores, casos práticos e resultados concretos das políticas públicas.
- Fazer uma divulgação de números gerais, com elaboração de releases, sugestão de pautas e de entrevistas para emissoras de rádio, dos investimentos realizados pela SEAB para aquisição de maquinário agrícola em parceria com os municípios.
- Nas redes sociais, criar uma série de vídeos curtos sobre cada uma das 21 IGs, focando nos produtores locais. Isso gera orgulho regional e valoriza o produto paranaense no varejo. A série pode ser batizada de "Paraná: origem que inspira".

Data: 13/08/2025

Foram 109 notícias de interesse no dia, com destaques para o agronegócio e produção agroalimentar, economia e gestão pública estadual (recorrência de falas do governador Ratinho Junior sobre resultados econômicos), sustentabilidade e inovação no campo.

Web: 82 notícias | Rádio: 11 notícias | Impresso: 10 notícias | TV: 6 notícias

Veículos de destaque: UOL, Bem Paraná, Tribuna do Paraná Online, Folha de Londrina (impresso e online), Band Cidade e Ouro Verde FM concentram maior audiência, credibilidade e poder de amplificação no Paraná. Jornal do Oeste, Diário do Noroeste, Gazeta de Toledo, TN Online, Portal de Maringá e Diário do Sudoeste garantem forte impacto regional e interiorização da mensagem.

Pautas dominantes

Governador Ratinho Júnior destaca bons resultados da economia em fórum (36 ocorrências).

Ampliação de vantagem do Paraná como maior produtor de orgânicos do país (20 ocorrências).

Análise: A Web continuou dominante no clipping do dia, mas perdeu participação relativa frente aos outros meios. O crescimento simultâneo de rádio e TV foi relevante e estratégico, pois ampliou o alcance junto ao público geral e o impacto simbólico e político das pautas.

Pontos positivos: A narrativa do dia foi majoritariamente positiva e propositiva, com boa presença de temas alinhados à agenda ESG e desenvolvimento e com reforço da imagem institucional ativa e estruturante.

Ponto de risco: Conflitos ideológicos manifestados na Jornada de Agroecologia, que critica abertamente o modelo do agronegócio tradicional.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar uma série de storytelling focada nos 4.510 produtores certificados. O objetivo é personificar o dado estatístico, mostrando o rosto do líder nacional de orgânicos para fortalecer o selo Paraná Mais Orgânico.
- Fazer uma divulgação de números gerais, com elaboração de releases, sugestão de pautas e de entrevistas para emissoras de rádio, dos investimentos realizados pela SEAB para aquisição de maquinário agrícola em parceria com os municípios.

Data: 14/08/2025

O noticiário do dia, com 150 notícias, demonstrou a consolidação de pautas institucionais, forte presença digital, além da manutenção de exposição em meios tradicionais.

Web: 112 notícias | Impresso: 24 notícias | Rádio: 9 notícias | TV: 5 notícias

Veículos de destaque: Tribuna do Paraná, Bem Paraná, Folha de Londrina (impresso e online), CBN Curitiba, RIC Notícias e Canal Rural Online concentram maior audiência, credibilidade e poder de repercussão estadual/nacional. Jornal da Manhã, Diário do Sudoeste, Jornal do Oeste, Gazeta do Paraná Online, Tarobá News, TN Online e Portal de Maringá asseguram forte impacto regional e interiorização no PR.

Pautas dominantes

Feira de Sabores do Paraná (53 ocorrências).

Início da colheita do trigo no Estado (12 ocorrências).

Produção de orgânicos no Paraná (11 ocorrências).

Análise: O noticiário teve destaque absoluto para a Feira Sabores do Paraná, seguido por orgânicos, economia estadual e safras agrícolas. A narrativa predominante combinou desenvolvimento rural, sustentabilidade, política pública e crescimento econômico, com baixa dispersão temática.

Pontos positivos: A comunicação é fortalecida pela transversalidade das ações: o governo não apenas oferece assistência técnica (IDR-Paraná), mas também viabiliza a comercialização (Feira Sabores) e o suporte financeiro estratégico, criando um ecossistema de sucesso que projeta o estado como um modelo de eficiência pública e sustentabilidade.

Ponto de risco: A prorrogação do prazo do FidcParaná para 15 de setembro pode ser interpretada como uma baixa adesão inicial ou falta de clareza nas regras do edital.

Sugestão de ações de comunicação

- Em vez de focar apenas em números frios de produtividade, a comunicação deve focar nos protagonistas. Criar mini-documentários (reels/shorts) comparando a trajetória de produtores apoiados pelo IDR-Paraná e o selo Susaf transformaram um sonho familiar em uma agroindústria premiada. Isso humaniza a gestão pública e incentiva outros produtores a buscarem a regularização.

Data: 15/08/2025

As 117 notícias do dia demonstraram continuidade de distribuição de releases e boa aceitação editorial, especialmente em veículos regionais. A Web seguiu como principal canal.

Web: 68 notícias | Impresso: 26 notícias | Rádio: 21 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: Bem Paraná / Jornal Bem Paraná, RIC Notícias (PR), Band Paraná e DC Mais (PR). A maior parte dos veículos é regional, local ou hiperlocal do Paraná, com forte presença do interior (Oeste, Sudoeste, Norte e Campos Gerais) e da Região Metropolitana de Curitiba. Também há presença consistente de veículos especializados em agronegócio e economia (Notícias Agrícolas, Agrolink, Portal do Agronegócio, Folha do Produtor).

Pautas dominantes

Inauguração da PR-180, de Quarto Centenário a Goioerê (32 ocorrências).

Início da colheita do trigo (15 ocorrências).

Análise: O protagonismo esteve nos veículos estaduais (Bem Paraná, RIC, Band) e nos especializados nacionais do agro (Notícias Agrícolas, Agrolink), enquanto a imprensa regional sustenta capilaridade, legitimidade local e continuidade da narrativa, uma combinação ideal para políticas públicas de alcance estadual com base territorial sólida.

Pontos positivos: A comunicação ganha força ao apresentar resultados tangíveis, como os investimentos em energia limpa e o avanço histórico na regularização do CAR. A narrativa de modernização da infraestrutura (PR-180) posiciona o Governo como um gestor técnico e eficiente na solução de gargalos históricos de escoamento da safra, garantindo segurança.

Ponto de risco: Embora o avanço para 25% seja recorde, ainda restam 75% das propriedades e questões fundiárias complexas (198 mil cadastros). A comunicação precisa gerenciar a ansiedade dos produtores que ainda aguardam regularização para acessar o Plano Safra.

Sugestão de ações de comunicação

- Lançar uma série de webinars e tutoriais rápidos para os 3 mil técnicos que auxiliarão os produtores, focando em como resolver pendências comuns no CAR.
- Fazer ampla divulgação dos investimentos da SEAB em pavimentação de estradas rurais, abordando os impactos socioeconômicos e a melhoria na qualidade de vida.

Data: 16/08/2025

Houve 41 notícias registradas no dia, que abordaram a safra e cenário nacional e a realização de eventos e valorização regional, como feiras.

Web: 12 notícias | Impresso: 12 notícias | Rádio: 12 notícias | TV: 5 notícias

Veículos de destaque: Os destaques estão na Folha de Londrina, O Paraná, Gazeta do Paraná e nas rádios regionais (Costa Oeste, Educadora, Princesa), que garantem alcance territorial, enquanto Sou Agro e Negócios da Terra qualificam a comunicação junto ao setor produtivo.

Pauta dominante

Início da colheita da safra de trigo (12 ocorrências).

Análise: Houve uma distribuição muito equilibrada de notícias entre web, impresso e rádio. O impresso e o rádio ganharam protagonismo relativo, elevando a credibilidade, interiorização e capilaridade regional. A TV, embora minoritária, apareceu mais do que em vários dias anteriores, exigindo atenção à narrativa audiovisual.

Pontos positivos: O Paraná reafirma sua liderança incontestável em setores de alto valor agregado, como a produção orgânica, a sericultura e o plantio de trigo. Sob o ponto de vista institucional, o governo e as entidades conseguem comunicar uma integração bem-sucedida entre ciência e campo.

Ponto de risco: Comunicar apenas o volume recorde das safras pode "esconder" as ações da SEAB para que o Estado alcance essas marcas.

Sugestão de ações de comunicação

- Desenvolver um catálogo digital e editorial focado nos produtos paraenses, como o leite, a seda, os queijos, os cafés, voltado para o mercado externo e influenciadores de gastronomia.
- A cada dado positivo de impacto divulgado pelo Boletim de Conjuntura Agropecuária, da Deral, a Assessoria de Comunicação deve produzir material sobre as iniciativas da SEAB para aquele setor. O objetivo é valorizar e dar visibilidade às ações e políticas públicas para o alcance dos resultados. Além disso, sugerir entrevistas com os porta-vozes da Secretaria para tratar sobre o assunto nas emissoras de rádio nos principais polos agrícolas do Estado.

Data: 17/08/2025

Foram 38 notícias de interesse no dia, com abordagem positiva e técnica. Houve boa presença de temas sustentáveis e regionais.

Web: 17 notícias | Rádio: 11 notícias | TV: 7 notícias | Impresso: 3 notícias

Veículos de destaque: Houve uma forte concentração em rádio metropolitana e mídia agro especializada, com pontos altos em Caminhos do Campo, Ouro Verde FM, Rádio Caiobá e RIC Rural, além de picos relevantes de visibilidade nacional com G1, Canal Rural e O Globo Online, compondo um mix robusto de capilaridade regional e de legitimação nacional.

Pauta dominante

Feira de Sabores do Paraná (6 ocorrências).

Análise: O dia apresentou um clipping equilibrado, com boa diversidade de meios e temas. Teve qualidade editorial superior ao volume, maior presença de rádio e TV, o que eleva o impacto simbólico e uma narrativa majoritariamente técnica, educativa e institucional.

Pontos positivos: O conteúdo construiu uma narrativa sólida do agro como vetor de desenvolvimento econômico e inclusão social, apoiada em dados oficiais que conferem credibilidade e legitimidade institucional. A valorização de histórias humanas, como de mulheres produtoras, estudantes, trabalhadores que ingressam no mercado formal, humaniza a mensagem e amplia a empatia com diferentes públicos.

Ponto de risco: O conteúdo sobre fezes, roedores e adulteração na soja tem alto impacto negativo, com potencial de dano à imagem à produção do Estado.

Sugestão de ações de comunicação

- Consolidar uma mensagem central do agro como motor de desenvolvimento econômico, inclusão social e sustentabilidade, com responsabilidade sanitária e social, trabalhando os eixos do emprego e renda, educação e qualificação e responsabilidade social e sanitária.
- No caso da soja contaminada, reforçar que a fiscalização funcionou, que o problema foi identificado, isolado e resolvido e, principalmente, que o sistema é robusto e confiável.
- Para as redes sociais, produzir conteúdos explicativos e pedagógicos, com infográficos e vídeos sobre as cadeias produtivas do agro, da assistência social ao emprego formal, sobre fiscalização, exportação e segurança alimentar.

Data: 18/08/2025

Foram 199 notícias de interesse no dia. Houve alguma questão no monitoramento de notícias, que captou um volume bastante diferenciado, em relação a dias anteriores, de reportagens registradas em emissoras de rádio.

Rádio: 148 notícias | Web: 44 notícias | TV: 4 notícias | Impresso: 3 notícias

Veículos de destaque: A lista apresentada revela um ecossistema de comunicação altamente capilarizado, com forte predominância de rádios locais e comunitárias, especialmente no Paraná, complementado por portais regionais, veículos institucionais e mídia especializada.

Pautas dominantes

Início da colheita de trigo (87 ocorrências).

Recorde na produção orgânica (72 ocorrências).

Análise: O conjunto dos veículos demonstrou uma estratégia de comunicação eficazmente descentralizada, combinando capilaridade local, visibilidade regional e validação técnica especializada. Essa composição fortaleceu a narrativa institucional, ampliou a aceitação social das ações e posicionou o agro e as políticas públicas associadas como concretas, próximas das pessoas e alinhadas ao futuro.

Pontos positivos: A cobertura do dia evidenciou ações diretas da SEAB, com a divulgação da expectativa para a safra do trigo e do resultado sobre a produção orgânica. Mostrou, portanto, a Secretaria como um ator ativo do setor no Estado.

Ponto de risco: A notícia sobre a importação de fertilizantes expõe a dependência russa, o que pode atrair mídia negativa.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a presença de porta-vozes da SEAB para repercutir as notícias relacionadas ao agro, sejam a partir de ações diretas da Secretaria, sejam a partir de fatos de externos.
- Retomar a divulgação do Boletim Informativo da SEAB. Recomenda-se adotar o formato de newsletter para ser enviada aos principais públicos de interesse da SEAB.
- Garantir da presença de técnicos da SEAB nos eventos relacionados ao agro, especialmente aqueles voltados para a agricultura familiar para divulgar as ações da Secretaria e informações técnicas que aperfeiçoem a produção.

Data: 19/08/2025

Foram 135 notícias de interesse no dia. Os assuntos de destaque no noticiário impactaram diretamente o setor agrícola do Estado, mas não foram produzidos pela SEAB.

Web: 114 notícias | Impresso: 22 notícias | Rádio: 13 notícias | TV: 5 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Há forte predominância de portais municipais, jornais regionais e rádios locais, sobretudo do Oeste, Centro-Sul, Norte e Campos Gerais). A presença de Folha de Londrina, Diário dos Campos, Bem Paraná, Gazeta do Paraná, Jornal do Oeste, Tribuna do Paraná Online, RIC Notícias, CBN (Curitiba e Londrina) amplia o impacto da notícia. Já veículos como UOL, IG, Canal Rural, Band News FM, SBT Notícias PR possibilitam o alcance nacional dos conteúdos e fortalecem a credibilidade externa.

Pautas dominantes

A média dos salários do agronegócio no Estado (70 ocorrências).

A queda nos preços do arroz e do feijão (12 ocorrências).

Análise: A web permaneceu dominante no clipping, garantindo alcance e continuidade da agenda. Já o rádio manteve papel importante na interiorização da pauta. O impresso e a TV agregaram credibilidade e impacto simbólico.

Pontos positivos: Os conteúdos apresentaram um cenário de protagonismo e modernização do Paraná no agronegócio e na gestão social, destacando-se como líder nacional em produção orgânica e referência em inovação tecnológica com o Agro Air Show e a colheita de trigo. No âmbito social, o Estado demonstrou avanços com boas práticas da Ceasa.

Pontos de risco: Os pontos de atenção concentram-se na vulnerabilidade econômica e social do campo, marcada pela dependência externa de fertilizantes e pelas incertezas tarifárias impostas pelos EUA que ameaçam setores como o de madeira em Bituruna.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar um canal de orientação via WhatsApp, a partir do conhecimento técnico do IDR, da Adepar, por exemplo, para os produtores sobre boas práticas no setor agrícola. Os temas podem ser manejo correto do solo, uso de fertilizantes, deriva de agrotóxicos, cotação de preços de produtos.

Data: 20/08/2025

O conjunto de notícias do dia, 144 registros, construiu uma agenda favorável, com foco em resultados concretos (preço, salário, safra), forte territorialização e protagonismo do Paraná como referência nacional e internacional no agro.

Web: 108 notícias | Impresso: 23 notícias | Rádio: 9 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: Veículos como Folha de Londrina, Diário dos Campos, Jornal de Beltrão, Jornal do Oeste, Correio do Cidadão, O Paraná, Tribuna do Vale e O Fato Maringá garantem aproximação direta com a população local. A inclusão de CBN Curitiba e Cascavel, Jovem Pan News Curitiba, BandNews FM Curitiba, O Estado de S. Paulo, Folha de S.Paulo e Indústria & Comércio ampliaram a credibilidade da pauta.

Pautas dominantes

Paraná como atração do turismo agrotecnológico (43 ocorrências).

Feira de Sabores do Paraná (35 ocorrências).

Análise: O dia apresentou predominância clara de jornais regionais, portais locais e rádios do interior do Paraná. A pauta teve capilaridade territorial, validação por veículos de referência, especialização temática, especialmente agro e economia, e potencial de expansão nacional.

Pontos positivos: A notícia sobre o turismo agrotecnológico posicionou o Paraná como uma vitrine viva de inovação, atraindo um público qualificado para o Estado.

Ponto de risco: A crise no setor florestal pode atrair mídia negativa.

Sugestão de ações de comunicação

- Sugerir pautas sobre pesquisas em andamento no setor agrícola do Estado com apoio da SEAB. Há um forte apelo por notícias sobre inovação nas cadeias produtivas. Esse tipo de pauta também reforça a soberania tecnológica do Paraná, mostrando que o Estado projeta o futuro do setor.
- Ampliar a divulgação da operação Big Citros, da Adapar, no Vale do Ribeira, com a sugestão de pautas e entrevistas de rádio para a região.
- Diante do aumento dos acidentes por causa de questões climáticas, elaborar um plano estratégico para a divulgação de iniciativas da SEAB para o setor do agronegócio que venha a ser afetado por algum evento.

Data: 21/08/2025

Foram 165 notícias de interesse no dia, com uma forte concentração temática. O tema salários da agropecuária dominou a agenda do dia, funcionando como pauta âncora. E a Feira Sabores do Paraná apareceu como segundo grande eixo narrativo, com desdobramentos variados.

Web: 81 notícias | Rádio: 71 notícias | TV: 7 notícias | Impresso: 6 notícias

Veículos de destaque: As rádios regionais, como Terra FM e Alvorada FM, e portais regionais, como Tribuna da Fronteira, O Melhor da Cidade, pela alta capilaridade local e audiência consolidada em públicos estratégicos (produtores, interior, lideranças). As TVs locais aparecem em menor volume, mas alto valor simbólico e institucional.

Pautas dominantes

Salários do agronegócio no Paraná (67 ocorrências).

Feira de Sabores do Paraná (51 ocorrências).

Estado vai custear pequenas agroindústrias para segurança alimentar (18 ocorrências).

Análise: O clipping foi fortemente concentrado em web e rádio, que juntos somam 152 publicações (92% do total). A TV e o impresso apareceram de forma pontual, funcionando mais como reforço institucional e simbólico do que como canais de volume, mas ampliaram o alcance e a repercussão das notícias.

Pontos positivos: A cobertura do dia trouxe matérias sobre crescimento econômico, valorização do trabalhador, investimento público estruturante, inovação no agro e no turismo, com uma linguagem predominantemente técnica, informativa e factual. O Paraná foi associado ao planejamento, resultados concretos e desenvolvimento sustentável.

Pontos de risco: Pouca diversidade de fontes humanas, pois predominam dados e falas institucionais, com baixa presença de personagens. Além disso, é preciso ter atenção para que a pauta eleitoral não contamine as notícias da gestão.

Sugestão de ações de comunicação

- Na comunicação interna, estimular os servidores como multiplicadores de narrativa, repostando conteúdos das redes sociais, marcando o perfil da Secretaria em registros de agendas de trabalho.
- Usar redes sociais para humanizar dados e dar visibilidade a beneficiários e territórios.

Data: 22/08/2025

Houve concentração muito forte em uma pauta única, que é a do combate ao greening, que responde por 43% de todo o clipping do dia. As pautas relacionadas à Feira Sabores do Paraná formam o segundo grande bloco narrativo. O noticiário do dia é composto por 177 registros.

Web: 73 notícias | Rádio: 77 notícias | Impresso: 25 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: As emissoras de rádio, como a Grande Lago AM, tem alta capilaridade territorial, credibilidade junto ao público do agro e do interior. Já os portais regionais e setoriais, a exemplo dos Correio do Litoral e Portal do Agronegócio, influenciam decisores locais e públicos especializados. Os veículos impressos regionais têm menor alcance, mas alto valor simbólico, pois reforçam a institucionalidade e a legitimidade da pauta.

Pautas dominantes

Adapar iniciará operação para combater o greening no Vale do Ribeira (77 ocorrências).

Feira de Sabores do Paraná (44 ocorrências).

Análise: O rádio e a web concentraram 150 das 177 publicações (84,7%), confirmando a força do rádio regional como principal difusor das pautas e a web como meio de replicação rápida e permanente do conteúdo institucional. O impresso apareceu com volume relevante para um único dia, reforçando a credibilidade. A TV teve presença simbólica.

Pontos positivos: Os conteúdos de destaque do dia fizeram forte associação do Estado à proteção sanitária, segurança alimentar, apoio à agroindústria familiar. É uma narrativa consistente de prevenção, planejamento e presença do Estado no território.

Ponto de risco: A expansão do Greening, principal doença da citricultura mundial. No Vale do Ribeira, o risco é agravado pela detecção de novos focos e pela presença do inseto vetor.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, transformar temas técnicos em vídeos curtos explicativos, infográficos e perguntas e respostas para redes sociais.
- Os dados dos Boletins de Conjuntura sempre encontram boa repercussão na mídia. Vale atualizar a diagramação do conteúdo, tornando-a mais atrativa aos leitores.
- É estratégico criar um calendário editorial, para os releases e redes sociais, com foco na segmentação por território e público.

Data: 23/08/2025

Foram 58 notícias de interesse no dia. O conjunto das pautas relacionadas à Feira Sabores do Paraná dominou claramente a agenda, com pouca diversificação temática. O evento foi responsável por 74% do clipping.

Web: 47 notícias | Impresso: 4 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 2 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Predominância absoluta de portais regionais na cobertura do dia, com presença pontual de veículos especializados em agro e economia. Os sites IPORÃ News, Busão Curitiba e Sou Agro (PR) são exemplos.

Pautas dominantes

A Feira de Sabores do Paraná (43 ocorrências).

Análise: A cobertura foi fortemente concentrada no meio web, que respondeu por 81% das publicações. Os demais meios apareceram de forma residual, funcionando como reforço institucional, e não como canais de volume ou capilaridade.

Pontos positivos: Valorização de produtos regionais, identidade territorial, qualidade e certificação.

Ponto de risco: Na cobertura da Feira de Sabores, houve pouca presença de dados comparativos e de impactos econômicos mais amplos.

Sugestão de ações de comunicação

- Na comunicação interna, aproveitar a Feira Sabores como case de política pública bem-sucedida. Além disso, valorizar equipes técnicas envolvidas na organização.
- Ainda sobre a Feira de Sabores, preparar a divulgação dos dados sobre público, negócios movimentados, cases de sucesso.
- Produzir materiais orientativos sobre a importância do selo SUSAF-PR para que o produtor compreenda que a conformidade técnica é a chave para a expansão de mercado.
- Produzir série de reportagens, utilizando a Agência Estadual de Notícias para difundi-las na Imprensa, sobre os produtos com selo IG, destacando o valor agregado e a história local.
- Transmitir as "Aulas-Show" não apenas como conteúdo educativo, mas como uma oportunidade de apresentar as marcas dos expositores para quem não pôde comparecer ao Parque Barigui.

Data: 24/08/2025

Assim como no dia anterior, o noticiário foi concentrado no tema da Feira de Sabores, que responde por mais de 70% das publicações. No total, foram 36 notícias registradas.

Web: 31 notícias | TV: 3 notícias | Rádio: 1 notícia | Impresso: 1 notícia

Veículos de destaque: Bem Paraná (PR), Toledo News (PR), Novo Cantu Notícias (PR), Coluna do Meio (PR). Esses veículos atingem públicos diretamente conectados às políticas públicas divulgadas, especialmente consumidores, produtores e atores regionais.

Pautas dominantes

A Feira de Sabores do Paraná (26 ocorrências).

Análise: A predominância do noticiário foi de portais digitais regionais, com presença muito pontual de TV e impresso. Houve ausência de veículos nacionais ou grandes jornais estaduais.

Pontos positivos: Reforço do papel do Estado como promotor da economia local e da cultura alimentar.

Ponto de risco: Baixa diversidade de fontes humanas, com poucos personagens e histórias concretas.

Sugestão de ações de comunicação

- Diversificar títulos e ângulos narrativos sobre a Feira de Sabores, tratando sobre consumo, turismo, impacto econômico, histórias de produtores. Essa estratégia deve ser adotada para os releases e também para as redes sociais.
- Produzir mini documentário sobre a Feira para o Canal de Youtube do Governo do Paraná, explorando o storytelling com produtores, chefs, visitantes.
- Para as redes sociais, produzir uma série de vídeos curtos sobre a agricultura familiar. Pode se chamar "Mãos calejadas, mãos leves", conectando a tradição dos antepassados com a inovação tecnológica da nova geração.
- É necessário tratar dados técnicos como ativos estratégicos de comunicação. Recomenda-se transformar boletins, números e dados técnicos em infográficos padronizados, séries de posts, vídeos curtos com técnicos explicando o que os números significam. Os dados produzidos pela SEAB são poucos explorados narrativamente, sendo subutilizados fora do release.

Data: 25/08/2025

Foram 40 notícias na cobertura do dia, com presença de rádios e portais regionais. Houve boa diversificação temática em comparação aos dias imediatamente anteriores, pois nenhuma pauta isolada dominou completamente a agenda, o que reduz risco de saturação.

Rádio: 18 notícias | Web: 14 notícias | Impresso: 7 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Massa FM (PR) e outras rádios regionais, Indústria & Comércio (PR) - especializado em economia -, Jornal Primeira Linha (PR), além de portais regionais, como D'Ponta News, Portal AERP. São veículos que dialogam diretamente com públicos estratégicos, a exemplo de produtores, agroindústrias, gestores públicos, população do interior, combinando alcance, credibilidade e segmentação.

Pautas dominantes

Financiamento do Estado para agroindústrias (8 ocorrências).

Itaipu anuncia parcerias para fortalecer a agricultura familiar (6 ocorrências).

Análise: O rádio teve papel central no clipping do dia, respondendo por 45% das publicações, o que reforça sua importância para capilaridade regional e diálogo com o interior. A web manteve presença relevante (37,5%), enquanto o impresso apareceu de forma complementar, com peso institucional.

Pontos positivos: Os conteúdos do dia tiveram caráter de serviço público, orientação técnica, transparência das ações do Estado. Também houve um reforço da imagem institucional como apoiadora da agricultura familiar, promotora da segurança alimentar, articuladora de parcerias estratégicas.

Ponto de risco: A Operação Big Citros é uma ação necessária, mas delicada. Notícias sobre a doença podem desvalorizar a produção local antes mesmo do controle.

Sugestão de ações de comunicação

- Para melhorar a atuação da Assessoria de Comunicação, criar indicadores qualitativos, não apenas quantitativos. Além do volume de notícias publicadas, acompanhar a diversidade temática, a diversidade de fontes, a presença de mensagens-chave, o grau de repetição por título. Esses indicadores ajudam a corrigir rumos, justificar decisões estratégicas, amadurecer a política de comunicação.

Data: 26/08/2025

A cobertura do dia registrou 131 notícias, com conteúdos de forte carga de valorização da agricultura familiar, inovação tecnológica via conectividade e conhecimento técnico-geológico.

Rádio: 97 notícias | Web: 22 notícias | Impresso: 8 notícias | TV: 5 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Interativa Comunitária (87.9), Guarani Comunitária (87.9), Rádio Ubá AM, Super Najuá FM, Princesa FM, CBN Curitiba, Correio do Povo do Paraná, que têm capilaridade territorial e acesso direto a públicos rurais e produtores.

Pauta dominante

Feira de Sabores do Paraná (92 ocorrências).

Análise: O rádio predominou o clipping do dia, com 71% das notícias. Os assuntos mais tratados foram a Indicação Geográfica e a consequente valorização de produtos regionais.

Ponto positivo: As notícias do dia tiveram maior presença no interior do Estado, com textos adequados ao público-alvo.

Ponto de risco: Atenção à divulgação da Adapar no Vale do Ribeira para a Operação Big Citros.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a divulgação da 2ª edição do Show Agroecológico, promovida pelo IDR-Paraná, especialmente para a região de Cascavel, com sugestão de pauta para os veículos regionais. Durante o evento, fazer cobertura diária, especialmente para as redes sociais.
- Produzir vídeos sobre Bioinsumos e Sistemas Agroflorestais (SAFs), mostrando que a agroecologia não é apenas técnica antiga, mas ciência aplicada que reduz o custo do produtor ao diminuir insumos químicos.
- Desdobrar a pauta da Indicação Geográfica em histórias de produtores, impacto econômico local, casos de sucesso, criando versões diferenciadas para rádios comunitárias e portais regionais.
- Fazer divulgação de clipping do dia comentado para os servidores da SEAB, como uma forma de valorização das equipes envolvidas nas ações.

Data: 27/08/2025

Foram 57 notícias no dia, promovendo boa presença em veículos especializados, adequação do tema ao perfil editorial e fortalecimento da imagem técnica da instituição.

Web: 46 notícias | Rádio: 5 notícias | Impresso: 4 notícias | TV: 1 notícia | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Nativa Comunitária, Guarani Comunitária, Massa FM, Jornal de Beltrão Online, Página Rural (RS), União Metropolitana, Sistema Ocepar e Sou Agro. São relevantes porque têm inserção em nichos agro e técnicos, alcance regional qualificado e diálogo direto com produtores, técnicos e entidades do setor.

Pauta dominante

2º Show Agroecológico na Vital - Edição de Inverno (27 ocorrências).

Análise: A web teve bom desempenho para notícias sobre agroecologia, eventos técnicos e articulação institucional (IDR-PR). Já o rádio apresentou pautas mais institucionais e informativas. Houve baixa incidência em impresso e TV.

Pontos positivos: Valorização de conhecimento técnico, pesquisa e extensão, agroecologia e sustentabilidade.

Pontos de risco: O anúncio da Coamo de investimento em SC porque o Porto de Paranaguá tem "filas frequentes" afeta diretamente a narrativa de eficiência logística do PR. Além disso, a divulgação das notícias da SEAB tem uma dependência de eventos como principal gancho.

Sugestão de ações de comunicação

- Diante da pequena diversificação temática, existe uma oportunidade de explorar temas como defesa sanitária, mercado agrícola, compra pública de alimentos, que aparecem pontualmente no clipping. São assuntos que podem render pautas especiais para os veículos de grande circulação do Estado, conferindo visibilidade ao conhecimento técnico da SEAB e suas vinculadas. Além disso, geram repercussão em todas as regiões do Estado.
- Em parceria com a Portos do Paraná, produzir material sobre as vantagens do Porto de Paranaguá para o setor agropecuário e os investimentos realizados para reduzir filas, garantindo o escoamento da safra.
- Destacar que a expansão de cooperativas paranaenses para outros estados é sinal de força econômica do Paraná, e não de fraqueza. É a "invasão paranaense" gerando riqueza no Sul.

Data: 28/08/2025

Foram 34 notícias, com presença em veículos de relevância regional e inserção em mídia especializada (agro). Não houve um tema institucional dominante, pois a agenda está pulverizada, com destaque para conteúdo crítico isolado, relacionado ao pedágio, mas relevante pelo meio em que circula.

Web: 26 notícias | TV: 4 notícias | Impresso: 4 notícias

Veículos de destaque: Balanço Geral Oeste (TV Record), Blog do Esmael, Globo Rural Online, além de portais regionais com influência local.

Pauta dominante

Estimativa para a safra da soja (4 ocorrências).

Análise: Em relação a dias anteriores, houve um baixo volume de notícias registrado. Mas os veículos que publicaram matérias são sensíveis do ponto de vista reputacional, especialmente TV e blogs políticos.

Pontos positivos: O dia teve conteúdos técnicos sólidos sobre safra, tecnologia no campo, internet rural, com uma narrativa de desenvolvimento e inovação e a presença de dados oficiais, a partir do Deral.

Ponto de risco: Forte crítica ao reajuste de pedágio (chamado de roubágio) de 7,5%.

Sugestão de ações de comunicação

- Realizar maior divulgação do Coopera PR, produzindo releases e sugestões de pauta sobre os investimentos, atendimentos e capacitações realizados, os resultados. A Unidade de Beneficiamento do Pescado da Cooperativa da Agricultura Familiar da Região Noroeste do Paraná (Coopersul) é um caso de sucesso que precisa ser melhor explorado na Imprensa.
- Destacar a integração com o PAA e PNAE (merenda escolar) para garantir que os produtos paranaenses, inclusive o pescado, cheguem às escolas do Estado, garantindo renda aos produtores. Vale destacar os investimentos realizados, quais são os produtos adquiridos etc.
- Produzir sugestão de pauta para veículos de grande circulação e estratégicos sobre os investimentos em tecnologia e inovação na agropecuária do Estado. Há a expansão da internet, o acompanhamento meteorológico integrado, o RenovaPR, por exemplo, que, juntos, apontam para o futuro do setor.

Data: 29/08/2025

Houve um equilíbrio entre meios na distribuição das 42 notícias na cobertura do dia, com destaque para o impresso.

Impresso: 17 notícias | Web: 15 notícias | Rádio: 8 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: Portal do Agronegócio, Gazeta Regional, Indústria & Comércio, Página Um, Tribuna do Norte e Terra Nativa AM. São estratégicos porque têm credibilidade no segmento agro e econômico, capilaridade regional e capacidade de contextualização técnica.

Pautas dominantes

Estimativa para a safra de soja e milho 2025/2026 (18 ocorrências).

Inauguração de frigorífico de pescado com apoio do Estado (5 ocorrências).

Análise: O predomínio de circulação de notícias no dia foi para o impresso, com informações sobre estimativas de safra, produção agrícola e divulgação de dados oficiais. Na web, houve boa repercussão de resultados econômicos e investimentos públicos.

Pontos positivos: As notícias do dia fortaleceram a imagem de Estado planejador, técnico e indutor de desenvolvimento. Predominância de dados técnicos oficiais, resultados mensuráveis e apoio a cooperativas e produção familiar.

Pontos de risco: O alerta do Sindicato Rural de Toledo sobre o ICMS da tilápia sugere que o Paraná está perdendo mercado para estados. Atenção também para os impactos dos anúncios do Governo Lula em relação ao tarifaço dos EUA.

Sugestão de ações de comunicação

- A divulgação de dados do Deral sempre garante boa repercussão na mídia, por isso é importante manter agenda de dados e resultados, mas vale incluir histórias humanas associadas aos números e também preparar releases mais didáticos para leigos.
- Nas redes sociais, mostrar o "antes e depois" das estradas rurais a partir dos investimentos realizados pela SEAB, mostrando os impactos na vida dos produtores, menos custo de frete, e dos moradores do entorno, mais acessibilidade.
- Produzir posts que traduzam os dados em infográficos, cards comparativos, vídeos curtos explicativos.

Data: 30/08/2025

Foram 12 notícias. Foi o menor volume de todo o período analisado, caracterizando um dia de baixa tração midiática, típico de final de semana ou janela noticiosa reduzida. A pauta foi dispersa, porém majoritariamente positiva ou neutra.

Impresso: 6 notícias | TV: 5 notícias | Rádio: 1 notícia

Veículos de destaque: Gazeta do Povo Online e Folha de Londrina Online, que garantem legitimidade estadual, Diário do Noroeste e Terra Nativa AM, que têm alcance regional.

Pautas dominantes

Estimativa da safra de soja e milho, inauguração de frigorífico de pescado com apoio do Estado e produção de seda no Estado (2 ocorrências cada uma).

Análise: O rádio teve papel central no clipping do dia, respondendo por 45% das publicações, o que reforça sua importância para capilaridade regional e diálogo com o interior. A web manteve presença relevante (37,5%), enquanto o impresso apareceu de forma complementar, com peso institucional.

Pontos positivos: A ênfase do dia foi em cooperativismo, produção e sustentabilidade.

Ponto de risco: O conflito entre as lavouras de grãos e a criação do bicho-da-seda no Noroeste por causa da deriva de agrotóxicos é ponto de atenção.

Sugestão de ações de comunicação

- Com o objetivo é promover a coexistência entre produtores de soja e sericicultores. Divulgar o papel da Adapar na fiscalização da deriva e o uso de tecnologias de aplicação de defensivos que evitem o cruzamento da cerca. Enfatizar o selo orgânico da seda como diferencial competitivo global.
- Adoção de linguagem cidadã nos materiais da SEAB, especialmente nos boletins técnicos, como uma forma de comunicação clara, objetiva e acessível usada para que todos os cidadãos, independentemente de sua formação, possam entender facilmente informações sobre serviços, leis e direitos, promovendo a inclusão e a participação democrática.

Data: 31/08/2025

Foram 9 notícias, um volume baixo, característico de fim de semana, com perfil editorial mais temático e menos factual. Cada inserção teve peso elevado na percepção pública.

TV: 4 notícias | Web: 4 notícias | Rádio: 1 notícia

Veículos de destaque: TVs Globo, Bandeirantes, Record, com forte credibilidade nacional e regional, com foco em público qualificado (produtores, técnicos, formadores de opinião).

Pauta dominante

Liderança do Paraná na produção de orgânicos (3 ocorrências).

Análise: A presença de reportagens sobre o agro paranaense nos programas especializados de TV, como Globo Rural, Campo Vivo e RIC Rural mostra a importância do Estado para o setor no país. O ambiente editorial foi favorável a narrativas positivas.

Pontos positivos: Valorização da sustentabilidade, do Estado como liderança nacional, da inovação no campo. As notícias usaram dados e fontes técnicas e, assim, fortalecem a imagem do Paraná como moderno e competitivo no setor agropecuário.

Pontos de risco: Embora a produtividade de 62 sacas/ha do trigo tenha surpreendido, o preço de R$ 75,00/saca não cobre o aumento de 15% nos custos de insumos. Isso pode gerar insatisfação do setor e ruído na comunicação. O mesmo pode acontecer com os produtores de mandioca, cujo o preço da tonelada sofreu redução.

Sugestão de ações de comunicação

- Na comunicação interna, usar o destaque nacional, a partir das matérias veiculadas nos programas de TV, como fonte de orgulho institucional e para a promoção de engajamento interno, entre os servidores.
- Criar infográfico para as redes sociais sobre os biocombustíveis, mostrando a Energia que vem do campo. Pode explicar, por exemplo, como o trigo e a macaúba podem se tornar combustível. A ideia é mostrar que o agronegócio não produz apenas comida, mas a solução para a descarbonização global. Isso ajuda a melhorar a imagem do setor perante o público urbano.

Data: 01/09/2025

A cobertura do dia registrou 49 notícias, com uma concentração muito forte em um único assunto, a segurança hídrica.

Web: 39 notícias | Impresso: 3 notícias | Rádio: 3 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná, Folha de Londrina Online, Folha do Produtor, Compre Rural, Bonde e Jornal Tarobá (TV). A pauta alcançou ambientes especializados e generalistas, o que amplia a legitimidade e reduz risco de enquadramento negativo.

Pauta dominante

Reunião do Governo do Estado com o Banco Mundial para tratar sobre o programa de segurança hídrica (22 ocorrências).

Análise: O dia foi essencialmente digital, o que amplia alcance rápido, com a boa performance para a notícia sobre a reunião do Governo do Paraná com o Banco Mundial. Já o rádio deu preferência em tratar sobre o vazio sanitário, com alertas ao produtor.

Pontos positivos: A pauta do dia reforçou a imagem de Estado estrategista, moderno e preparado para riscos climáticos. Com destaque para temas que se relacionam com planejamento de longo prazo, cooperação internacional e responsabilidade hídrica.

Ponto de risco: A liberação do plantio em 1º de setembro (Região 2) coincide com alertas de calor intenso na região.

Sugestão de ações de comunicação

- Elaborar o calendário editorial do mês de setembro voltado para a divulgação de releases e postagens nas redes sociais.
- A SEAB/ IDR-PR deve focar na orientação técnica sobre o momento exato de colocar a semente de soja no solo. Uma boa alternativa é a criação de boletins diários de umidade do solo por região. Ou criar alertas via SMS e/ou WhatsApp para os produtores interessados.
- Produzir material que diferencie o trigo produzido no Paraná em relação ao de outras regiões do país, como Centro-Oeste, focar na qualidade industrial para panificação fina, posicionando o produto paranaense como premium frente à produção de escala do cerrado.
- Nas reuniões com o Banco Mundial sobre segurança hídrica, qual o papel do IDR-PR? Preparar release sobre o assunto fortalecendo a imagem institucional do IDR.

Data: 02/09/2025

Foram 48 notícias no dia, com cobertura no interior, com boa presença em rádios e jornais regionais. A comunicação cumpriu plenamente o papel de serviço público e apoio direto ao produtor rural.

Web: 25 notícias | Impresso: 13 notícias | TV: 5 notícias | Rádio: 5 notícias

Veículos de destaque: Caiuá FM, Gazeta Regional, Gazeta de Toledo Online, Correio do Lago, Diário do Sudoeste, Correio do Povo do Paraná e Revista Paraná, que têm forte presença no interior do Estado.

Pauta dominante

Liberação do plantio de soja (19 ocorrências).

Análise: Apesar de a maioria das notícias ser de outro meio, o rádio teve bom desempenho para divulgação sobre o vazio sanitário e o plantio de soja, com orientações ao produtor. A web teve conteúdos sobre segurança hídrica, mercado agrícola e planejamento de safra.

Pontos positivos: O dia foi marcado por uma comunicação clara e orientadora, focada na utilidade pública, quando se tratou sobre o vazio sanitário, com uso consistente de dados técnicos e mostrando a integração visível entre órgãos vinculados.

Pontos de risco: Por causa dos bons resultados da safra, Santa Catarina e Mato Grosso já apresentam déficit de estocagem. O mesmo problema pode acontecer no Estado e gerar insatisfação entre os produtores, com repercussão negativa para a SEAB.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, publicar conteúdo didático sobre o Vazio Sanitário, explicando por que o Estado é dividido em regiões. Voltado para o produtor, publicar o cronograma visual das Regiões 1, 2 e 3 em grupos de produtores, enfatizando que o vizinho que não respeita a data coloca em risco o valor da soja.
- Desmistificar a silvicultura para o público urbano, mostrando que o papel, a tela do celular e até remédios dependem desse setor sustentável. Focar na geração de empregos e no projeto de casas de madeira para famílias rurais.
- Publicar informativos sobre o acompanhamento dos resultados da safra, sobre o escoamento da produção e sobre as ações da SEAB para colaborar com os produtores.

Data: 03/09/2025

A pauta do dia, com 57 notícias, combinou serviço imediato, dados estruturantes e conteúdo educativo, o que fortalece a utilidade pública da comunicação.

Web: 31 notícias | Impresso: 11 notícias | Rádio: 11 notícias | TV: 4 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná, Portal do Agronegócio, rádios regionais e comunitárias (Ampére, Colina, Campo Aberto), Bem Paraná, Sistema Ocepar e Balanço Geral Oeste (TV). Eles apresentaram bom alcance no público agro, capilaridade territorial e uma combinação entre veículos especializados e generalistas regionais.

Pauta dominante

Plantio de soja após o Vazio Sanitário (13 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia foi positiva, orientadora e técnica, com forte utilidade pública e bom equilíbrio entre serviço ao produtor e posicionamento institucional. As matérias veiculadas em rádios tiveram aderência ao tema do vazio sanitário, com orientações práticas aos produtores.

Pontos positivos: A comunicação do dia foi clara e orientadora, com ênfase em prevenção, planejamento e sustentabilidade, apresentando uma integração visível entre Secretaria, Adapar e IDR.

Ponto de risco: Os assuntos do dia trouxeram uma linguagem técnica pouco adaptada ao cidadão urbano e com pouca presença de histórias humanas.

Sugestão de ações de comunicação

- No âmbito do Plano Estratégico de Logística e Transporte do Paraná (PELT), explorar as informações voltadas para o setor agropecuário. Informar quais as ações, obras e previsão de investimentos para o setor. E mostrar como a SEAB se insere nesse contexto.
- Preparar material informativo sobre o impacto do projeto de lei em tramitação na Assembleia Legislativa sobre a inspeção de produtos de origem animal no Estado, especialmente focado na Adapar e na prestação de serviços ao público interessado.
- Humanizar a pauta da SEAB, especialmente nas redes sociais, trazendo mais histórias de pessoas beneficiadas por suas iniciativas e ações da Secretaria.

Data: 04/09/2025

Foram 92 notícias no dia, com destaque para a presença de autoridades, eventos e temas estruturantes do agro paranaense.

Web: 66 notícias | TV: 11 | Impresso: 7 notícias | Rádio: 8 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná, Tarobá News (TV), CATVE, Folha de Londrina Online, Gazeta do Paraná Online, rádios regionais, como a Cristal FM. O dia mostra excelente ocupação do ecossistema regional de mídia, especialmente na TV.

Pautas dominantes

Participação do governador Ratinho Jr. no 6º Fórum do Agronegócio (31 ocorrências).

Encontro feminino do agro paranaense em Cascavel (10 ocorrências).

RenovaPR (9 ocorrências), que atingiu o marco de 1 gigawatt de energia no meio rural.

Análise: A TV teve melhor desempenho para notícias sobre falas do governador, eventos do agronegócio e a agenda feminina no agro. Bom destaque para o resultado na divulgação do RenovaPR.

Pontos positivos: Narrativa positiva e propositiva, com alinhamento entre discurso político e técnico e visibilidade para programas estruturantes da SEAB.

Ponto de risco: A queda drástica nos preços da cebola, com produtores considerando não colher para evitar prejuízos com mão de obra, o que pode afetar o abastecimento local e a saúde financeira de pequenos agricultores, gerando ruídos na comunicação.

Sugestão de ações de comunicação

- A partir das declarações do governador sobre o Fiagro, elaborar material de repercussão sobre a importância do crédito rural para o Estado e que impactos podem gerar na agroindústria.
- Para aproximar os temas relacionados à agenda da SEAB ao público urbano, produzir material sobre o que o Agro representa para a economia do Estado, sobre geração de empregos, segurança alimentar. Elaborar conteúdos e pautas que possam gerar interesse desse público para fortalecer a imagem institucional da Secretaria.
- Nas redes sociais, fortalecer o papel da mulher no agro, com a produção de vídeos sobre histórias, resultados, conquistas femininas no campo.

Data: 05/09/2025

Em 71 notícias, a agenda do dia articulou inovação, sustentabilidade, política pública e entrega concreta, com boa continuidade temática em relação aos dias anteriores.

Web: 31 notícias | Impresso: 20 notícias | Rádio: 14 notícias | TV: 6 notícias

Veículos de destaque: Gazeta Regional, Revista Paraná, O Presente Rural, Diário do Noroeste, Folha de Irati, Paiquerê AM e Correio do Povo do Paraná. Eles têm credibilidade regional e público diretamente ligado ao agro.

Pautas dominantes

Marco de 1 gigawatt de energia do RenovaPR (13 ocorrências).

6º Fórum do Agronegócio em Londrina (12 ocorrências).

Conectividade Rural do Paraná é semifinalista em prêmio nacional (7 ocorrências).

Análise: Forte presença em veículos tradicionais, com boa cobertura no interior e ausência de enquadramentos críticos relevantes.

Pontos positivos: O noticiário do dia tratou sobre autossuficiência energética (RenovaPR), a digitalização do campo (Conectividade Rural), a expansão da infraestrutura logística e o posicionamento geopolítico do agronegócio.

Ponto de risco: O aumento no preço dos fretes em julho e a falta de espaço nos armazéns, relatado pela Conab, são pontos de atenção.

Sugestão de ações de comunicação

- Produzir release sobre os investimentos da SEAB em logística, com os investimentos nas estradas rurais. Apresentar números globais sobre volume de recursos, municípios beneficiados, quilômetros asfaltados e população beneficiada.
- Em estratégia semelhante, elaborar material sobre as ações da SEAB para a capacitação dos produtores rurais. Apresentar dados sobres investimentos, cursos oferecidos, pessoas atendidas, impactos na produção.
- Promover campanha de prestação de serviço sobre o prazo para a declaração do ITR e seus benefícios, como o acesso a créditos do FIDC AgroParaná.
- O rádio é um canal estratégico, por isso, é importante a retomada da produção de matérias em áudio para distribuição como sugestão para as emissoras.

Data: 06/09/2025

O dia teve 34 notícias, que mostraram uso muito eficiente do rádio para a prestação de serviço público.

Rádio: 18 notícias | Web: 9 notícias | Impresso: 7 notícias

Veículos de destaque: Extra FM, Terra Nativa AM, BandNews FM Curitiba, Paiquerê AM, Rádio Caiobá, Folha de Londrina (impresso e online) e Tribuna do Norte. Esses veículos têm forte audiência regional, com público diversificado.

Pautas dominantes

Marco de 1 gigawatt de energia do RenovaPR (7 ocorrências).

Posição do Paraná em segurança alimentar (5 ocorrências).

Análise: O dia foi orientado ao rádio, com 53% das notícias registradas no clipping, o que indica prioridade em orientação direta ao produtor e ao cidadão.

Pontos positivos: O conteúdo reforçou a imagem de Estado presente, técnico e acessível. A comunicação foi orientadora e clara, com ênfase em políticas públicas já implantadas e valorizando os porta-vozes técnicos da Secretaria.

Ponto de risco: Há pouca inovação narrativa do ponto de vista da comunicação, com a repetição de temas nos últimos dias.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a utilização de porta-vozes da SEAB e suas vinculadas para repercutir temas de interesse do setor agropecuário. Isso fortalece a imagem institucional, dando visibilidade ao conhecimento técnico. O ideal é estabelecer uma espécie de criar um banco de especialistas internos, separados por temas, como sanidade vegetal, energia rural, mercado e conjuntura, extensão rural.
- Na comunicação interna, promove encontros periódicos dos servidores com o secretário para alinhamento de informações e, principalmente, para promover a integração da equipe.
- Nas redes sociais, criar séries temáticas, com cards e/ou vídeos, com prestação de serviço aos públicos de interesse da SEAB. Podem ser, por exemplo, sobre "Energia no campo em 5 passos" (reforço ao RenovaPR), "Como evitar problemas sanitários na safra" (Adapar).

Data: 07/09/2025

Foram 26 notícias, um baixo volume de conteúdo devido ao feriado nacional. A pauta tratou sobre sustentabilidade energética, o calendário fitossanitário da soja, a segurança no campo e o equilíbrio da balança comercial frente ao cenário geopolítico atual.

Rádio: 10 notícias | Web: 9 notícias | Impresso: 3 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: BandNews FM Curitiba, Rádio Caiobá, Ouro Verde FM, Terra Nativa AM, Caminhos do Campo (TV), Campo Vivo – TV Tarobá, Folha de Londrina, TN Online, Gazeta de Toledo Online. As emissoras de rádio são líderes de audiência em Curitiba e interior e os programas de TV foram especializados em agro.

Pautas dominantes

Marco de 1 gigawatt de energia do RenovaPR (5 ocorrências).

Plantio de soja após vazio sanitário (4 ocorrências).

Análise: O mix de veículos garantiu alcance urbano e rural, essencial para a divulgação de temas que afetam tanto produtores quanto consumidores. O rádio cumpriu o papel de orientação contínua, enquanto web e TV reforçam a legitimidade.

Ponto positivo: A marca histórica de 1 GW de potência instalada no meio rural, consolidando o programa RenovaPR como motor de competitividade.

Ponto de risco: A violência no campo tornou-se um gargalo crítico, com aumento de 37,5% em roubos de máquinas agrícolas no primeiro semestre de 2025, tornando-se um assunto de atenção para as políticas públicas do Estado.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar uma série de vídeos curtos, que podem ser usados em Reels e/ou TikTok, mostrando o "antes e depois" de propriedades que receberam internet e energia solar.
- Promover a realização de uma transmissão ao vivo em parceria com o IDR-Paraná e a Fomento Paraná para explicar o passo a passo de como o pequeno produtor pode zerar os juros do financiamento de painéis solares.
- Criar um serviço de alerta sanitário, com transmissão via WhatsApp e rádio regional para reforçar as datas de plantio da soja por região, evitando multas e a disseminação da ferrugem asiática.

Data: 08/09/2025

Foram 146 notícias no dia, sendo o maior volume de todo o período analisado, caracterizando um dia de pico extremo, fortemente concentrado em rádio e em conteúdo técnico-operacional. O noticiário do dia foi concentrado em dois eixos técnicos, o RenovaPR e a conjuntura agropecuária, especialmente tratando sobre a safra).

Rádio: 116 notícias | Web: 27 notícias | TV: 3 notícias

Veículos de destaque: Rádios comunitárias e regionais (Guarani, Interativa, Colina, Lidianópolis, Aparecida, Cristalina, Princesa FM, Super Najuá), além da Revista Paraná e da Gazeta de Toledo Online.

Pautas dominantes

Marco de 1 gigawatt de energia do RenovaPR (77 ocorrências).

Sonora de representante do Deral sobre Boletim Conjuntural (40 ocorrências).

Análise: O dia de comunicação funcional e técnica, pensado para atingir escala territorial, não para diversidade narrativa ou construção de agenda política.

Ponto positivo: A Secretaria e vinculadas aparecem como fontes confiáveis de informação.

Pontos de risco: Se a safra 25/26 for recorde conforme previsto, a infraestrutura pode não suportar o volume, o que impacta na rentabilidade dos produtores e pode gerar cobrança por ações governamentais.

Sugestão de ações de comunicação

- Sugerir uma ampla matéria sobre o Susaf-PR para um veículo de comunicação estratégico do ponto de vista da repercussão midiática. O foco da pauta deve ser em humanizar a burocracia, transformando um sistema técnico de inspeção em uma notícia sobre liberdade comercial, aumento de renda e desenvolvimento regional. Esta seria uma pauta com viés econômico, mas o selo também pode ter uma abordagem voltada para a gastronomia, com foco em novos sabores na mesa a partir de produtos artesanais que ganham as prateleiras de todo o Paraná. Além disso, pode ter uma abordagem voltada para a gestão pública, fazendo um balanço sobre o total de municípios integrados ao Susaf.
- Preparar um material com perguntas e respostas sobre os principais assuntos da SEAB para subsidiar os gestores e porta-vozes nas entrevistas e no contato com o público.

Data: 09/09/2025

O dia, em 69 notícias, apresentou agenda técnica e informativa, com foco em produção agrícola (milho safrinha), cenário de mercado (trigo), inovação pública (conectividade rural) e políticas estruturantes já consolidadas (RenovaPR, segurança alimentar).

Web: 50 notícias | Rádio: 9 notícias | Impresso: 8 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: A Revista Paraná e Indústria & Comércio pela chancela institucional e econômica, a Folha de Londrina e a rádio Paiquerê AM pela influência regional e o Sistema Ocepar pela legitimidade técnica junto ao setor produtivo.

Pautas dominantes

18º Seminário Nacional de Milho Safrinha em Londrina (14 ocorrências).

Operação Webcida (13 ocorrências).

Análise: A pauta alcançou ambientes decisórios e produtivos, com menor concentração em rádios comunitárias e maior presença em veículos analíticos. Na web, o melhor desempenho foi para notícias sobre seminários técnicos e análises de mercado.

Pontos positivos: A comunicação do dia fortaleceu a imagem de Estado técnico, previsível e planejador.

Ponto de risco: Atenção à Operação Webcida para evitar atrair agenda negativa para a Adapar.

Sugestão de ações de comunicação

- Detalhar a ação da Adapar junto ao MPPR para a realização da Operação Webcida. Além disso, produzir material educativo para o combate da comercialização ilegal de agrotóxicos pela internet. Pode ser através da criação de um guia rápido nas redes sociais ensinando a identificar plataformas de venda de insumos que não possuem licença ambiental ou registro.
- Criar uma websérie sobre a Erva-Mate paranaense, focando na transição para o fertilizante orgânico e no controle biológico de pragas. Isso posiciona o setor como moderno e ESG (Ambiental, Social e Governança).
- Nas redes sociais, criar uma postagem sobre o que os números do agro estão dizendo, com cards explicativos sobre os dados do milho, trigo, soja. Outra opção é publicar vídeos com analistas do Deral.

Data: 10/09/2025

Em 57 notícias, o noticiário do dia foi fragmentado, porém coerente, com ênfase em eventos técnicos e capacitação, gestão e operação de equipamentos públicos (Ceasa), cenário de mercado e exportações e políticas públicas estruturantes.

Web: 41 notícias | Impresso: 9 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: O Presente Rural, Gazeta de Toledo Online, Portal do Agronegócio, Sistema Ocepar e CATVE.com. São veículos agro especializados, com aderência direta ao público-alvo, além de portais com influência local e territorial.

Pautas dominantes

Aprovação de projeto de lei para aquisição de orgânicos para merenda escolar (7 ocorrências).

Contratação de serviços de limpeza e coleta de resíduos na Ceasa de Londrina (5 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia teve notícias em veículos confiáveis e especializados, com baixa exposição a enquadramentos críticos e boa distribuição regional.

Pontos positivos: As notícias do dia deram ênfase em políticas públicas e planejamento, valorização de eventos técnicos e dados e coerência com o papel institucional da Secretaria.

Pontos de risco: As matérias produziram pouca visibilidade do impacto direto ao produtor e ao cidadão.

Sugestão de ações de comunicação

- Preparar material, a partir de análises do Deral, sobre o impacto da decisão da Assembleia Legislativa sobre a ampliação da aquisição de produtos orgânicos para a merenda escolar no Estado.
- Elaborar release com a repercussão no Estado sobre o acordo sanitário entre Brasil e Argentina para exportação de ovos em pó para alimentação animal, bem como matérias-primas suínas e miúdos "in natura". O foco deve ser o impacto da medida na produção do Paraná e nos resultados para os produtores locais.
- Com a proximidade do fim da consulta pública para o Plano de Descarbonização do Paraná, preparar release sobre a agricultura de baixo carbono e as ações da SEAB para a área.

Data: 11/09/2025

Foram 56 notícias, com foco em temas estruturais, sanitários e de mercado, a partir de uma pauta bastante diversificada, sem muitas repetições no dia.

Web: 35 notícias | Impresso: 17 notícias | TV: 2 notícias | Rádio: 2 notícias

Veículos de destaque: Canal Rural (visibilidade nacional e credibilidade técnica), Bem Paraná, Correio do Povo Online, Jornal do Oeste.

Pauta dominante

Discussão com entidades internacionais sobre a gripe aviária (7 ocorrências).

Análise: Foi um dia que qualifica a imagem técnica do Estado, mas também expõe temas sensíveis que exigem resposta institucional coordenada, como a questão da prevenção sanitária internacional em relação à gripe aviária.

Pontos positivos: O noticiário do dia fortaleceu a imagem de Estado atento, técnico e conectado ao cenário global, a partir da demonstração de vigilância sanitária ativa, planejamento e cooperação internacional, além da capacidade técnica do IDR e da Adapar.

Ponto de risco: Atenção para a possível demonstração de fragilidade dos setores do trigo e do leite, gerando insegurança no produtor.

Sugestão de ações de comunicação

- Explorar as informações sobre a prevenção da gripe aviária e divulgar as ações da Adapar. Sugerir pauta para veículo de comunicação estratégico de como a vigilância garantiu o mercado europeu de frango.
- Produzir release sobre as ações de biosseguridade promovidas pela Adapar para divulgação na imprensa do Estado.
- Dar visibilidade aos estudos técnicos do IDR-PR sobre os custos de produção para balizar o mercado.

Data: 12/09/2025

Em 46 notícias, os destaques foram temas ligados à proteína animal e rastreabilidade, oscilações de preços e estoques, dados macro de safra e sustentabilidade produtiva.

Web: 30 notícias | Impresso: 9 notícias | Rádio: 6 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Massa News, Jovem Pan News Curitiba, Jornal do Oeste, Gazeta Regional, MundoCoop e Tribuna de Cianorte. São estratégicos por serem voltados aos setores econômicos e de negócios e também por se tratarem de emissoras de rádio urbana, que ampliam alcance para público não agro.

Pauta dominante

Recuo do valor da produção agrícola, segundo IBGE (6 ocorrências).

Análise: A pauta do dia circulou bem entre economia, agro e público urbano, mas sem narrativa institucional clara conectando os temas. Houve uma fragmentação do noticiário, sem muitas repetições de um tema só.

Pontos positivos: O noticiário trouxe o uso consistente de dados oficiais, ênfase em tecnologia, rastreabilidade e sustentabilidade, diversidade de cadeias produtivas abordadas.

Ponto de risco: Segundo IBGE, o Paraná sofreu retração no VBP, perdendo protagonismo para econômico momentâneo para SP e RS.

Sugestão de ações de comunicação

- A Assessoria de Comunicação deve criar releases de leitura orientada, informando, por exemplo, o que os dados da Conab indicam para o produtor do Paraná ou como o Estado está atuando diante do cenário do trigo. É importante conectar dados de mercado às ações do IDR (assistência técnica, manejo, diversificação).
- Ampliar a divulgação do estudo do Deral sobre os impactos do tarifaço dos EUA no setor agroindustrial do Paraná, fortalecendo o conhecimento técnico da SEAB.

Data: 13/09/2025

O noticiário do dia, com 37 registros, foi equilibrado entre técnica, mercado e impacto social, com destaque para a conectividade rural, a assistência técnica e sustentabilidade (IDR e milho), inclusão social no meio rural e exportações e sanidade animal.

Rádio: 23 notícias | Impresso: 9 notícias | Web: 5 notícias

Veículos de destaque: Gazeta do Paraná, Folha de Londrina, Extra FM (107.7), com 11 inserções, e Líder Sul FM (106.7), com 6 inserções.

Pautas dominantes

Ampliação das exportações de carne de peru (6 ocorrências).

Semifinal do prêmio de conectividade rural (6 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia concentrou-se em rádios regionais e imprensa tradicional, o que reforça a capilaridade territorial e a proximidade com o produtor rural. No entanto, a baixa presença em portais digitais limita a memória institucional e a capacidade de repercussão dos temas positivos.

Pontos positivos: O conteúdo do dia projetou uma imagem de Secretaria moderna, técnica e socialmente comprometida, com destaque para inovação, sustentabilidade e inclusão. A presença do IDR é clara e qualificada, reforçando o papel da assistência técnica como eixo central da política agrícola estadual

Ponto de risco: Houve baixa amplificação dos conteúdos mais estratégicos, especialmente inovação e divulgação de dados técnicos.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, criar uma série voltada para a inovação que transforma o campo paranaense. Com cards e vídeos curtos, explorar a produção sustentável, a inclusão no meio rural, a utilização de energia solar, o uso de tecnologias de melhoria genética, os avanços na logística.
- Elaborar release sobre a economia circular no campo. Pode, por exemplo, explicar como dejetos podem virar combustível para máquinas agrícolas.

Data: 14/09/2025

As 15 notícias trataram sobre dados de sanidade animal, diplomacia cooperativista, grãos de inverno e inovação tecnológica.

Rádio: 9 notícias | TV: 3 notícias | Web: 3 notícias

Veículos de destaque: Ouro Verde FM (Curitiba), com 4 inserções, Rádio Caiobá (Curitiba), também com 4 inserções, RIC Rural (TV), com 2 inserções, Campo Vivo – TV Tarobá, Sou Agro, Gazeta de Toledo Online, Tribuna da Fronteira e Guadalupe FM.

Pauta dominante

Poliniza Paraná (6 ocorrências).

Análise: Volume baixo de notícias, típico de domingo, com cobertura enxuta e altamente concentrada em emissoras de rádio da Capital e programas de TV voltados para o agro, privilegiando conteúdos educativos e técnicos, de baixo risco reputacional.

Pontos positivos: Os destaques do dia foram as ações concretas como o Poliniza Paraná e a vigilância sanitária. O tom é educativo, acessível e alinhado ao interesse público, reforçando a confiança e a legitimidade institucional.

Pontos de risco: A gripe aviária é um ponto de atenção.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, diante da boa repercussão do projeto do Poliniza Paraná, produzir postagem sobre o papel das abelhas na agricultura.
- É papel da Assessoria de Comunicação consolidar pautas para as edições dominicais dos programas voltados para o agro, especialmente os televisivos. Traz boa repercussão para as ações da Secretaria, fortalecendo sua imagem institucional.
- Com a proximidade da COP 30, promover seminários para discutir a preservação ambiental no contexto da agroindústria. Pode reunir produtores que realizam boas práticas para troca e disseminação de informação no setor.
- Como fomentadora da inovação no campo, a SEAB pode buscar parceria com a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná, para incentivar o surgimento de Agtechs no Estado. Numa ação que fortalece o marketing institucional, lançar um edital para seleção de startups voltadas para a agroindústria, com foco na solução de problemas do setor.

Data: 15/09/2025

Em 45 notícias, a cobertura do dia foi positiva e reputacional, com destaque para o reconhecimento internacional de queijos produzidos no Estado, o desempenho exportador, com foco na carne de peru, e o cenário de mercado e insumos.

Web: 33 notícias | Impresso: 7 notícias | TV: 3 notícias | Rádio: 2 notícias

Veículos de destaque: Portal do Agronegócio, Notícias Agrícolas, RIC Notícias, Folha do Litoral.

Pauta dominante

Premiação de queijos paranaenses na França (13 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia concentrou-se em veículos especializados em agronegócio, economia e imprensa regional, reforçando o prestígio do setor agropecuário paranaense. No entanto, a Secretaria apareceu mais como coadjuvante institucional do sucesso do agro do que como condutora das políticas públicas que sustentam esses resultados. Há espaço claro para maior protagonismo narrativo da gestão pública.

Pontos positivos: A comunicação do dia projetou uma imagem altamente positiva do Estado, associando o Paraná à qualidade, competitividade internacional e sanidade agropecuária. A presença de pautas de defesa sanitária reforçou o papel da Adapar como garantidora da segurança produtiva.

Pontos de risco: O principal risco é a despersonalização da ação pública: os resultados aparecem, mas as políticas, programas e equipes que os viabilizam ficam em segundo plano. Além disso, a comunicação excessivamente celebratória pode obscurecer desafios estruturais e reduzir a percepção de planejamento e gestão contínua.

Sugestão de ações de comunicação

- O desafio da Secretaria não é ganhar espaço na mídia, mas assumir a autoria narrativa das políticas públicas que tornam o agro paranaense competitivo, sustentável e reconhecido. Neste sentido, mudar o eixo da narrativa de resultado do agro para política pública que gera resultado. Para começar, instituir a regra editorial de que nenhum resultado deve ser publicizado sem o "porquê" institucional. Todo release, entrevista ou nota precisa responder explicitamente qual política pública sustenta esse resultado e qual órgão executou. Por

exemplo, ao repercutir o resultado da premiação dos queijos, destacar como a assistência técnica, a inspeção e a qualificação conduzidas pela Secretaria impulsionam queijos premiados no exterior.

Ainda neste reposicionamento da SEAB, criar narrativas de causa → efeito → impacto. Toda pauta estratégica deve seguir este roteiro:

1. Causa pública (decisão, programa, regulação, investimento)
2. Efeito no setor (qualificação, sanidade, produtividade)
3. Impacto para o Estado (emprego, exportação, renda, segurança alimentar)

Por exemplo, a política de sanidade e inspeção é uma causa que gera o efeito de produtos com padrão internacional, impactando no acesso a mercados, medalhas, exportações.

Sempre que houver oportunidade, na elaboração dos releases e sugestões de pauta, adotar uma tríade de protagonismo institucional, como falas de um gestor estratégico (Secretaria), um executor técnico (IDR, Adapar, Deral etc.) e um beneficiário (produtor, cooperativa, indústria).

Data: 16/09/2025

Em 71 notícias, a cobertura do dia girou em torno de duas narrativas centrais, a da qualidade e excelência do produtor de café e queijos e do reconhecimento através de concursos e premiações.

Web: 46 notícias | Impresso: 15 notícias | TV: 6 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: Balanço Geral Oeste (TV), Repórter do Vale, Massa FM, Jornal União, Diário dos Campos, Valor Online (alcance nacional).

Pauta dominante

Inscrições abertas para concurso Café Qualidade Paraná 2025 (29 ocorrências).

Análise: As notícias do dia tiveram ampla repercussão em veículos de grande alcance regional e nacional, que amplificaram a narrativa de excelência do produtor paranaense.

Pontos positivos: O conteúdo do dia projetou um Paraná qualificado, competitivo e reconhecido internacionalmente, reforçando atributos positivos do agro estadual. A recorrência de concursos e premiações cria um ambiente favorável para reputação institucional e confiança pública, especialmente junto ao setor produtivo.

Ponto de risco: Com inscrições até 30 de setembro, o risco é o efeito procrastinação. Se a comunicação não for intensificada na reta final, o número de lotes pode ser inferior ao potencial produtivo das regiões.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar carrosséis e vídeos rápidos no Instagram/WhatsApp explicando visualmente as regras do concurso Café Qualidade Paraná 2025.
- Elaborar uma narrativa storytelling para a realização de um mini documentário de promoção do concurso. Pode trazer o enfoque do meeiro ao Top 5. A ideia é publicar depoimentos de vencedores de edições anteriores que não eram grandes proprietários e o que representou a conquista para aquele produtor. A mensagem-chave pode ser que a qualidade do grão não depende do tamanho da terra, mas do capricho do produtor.
- Produzir série fixa nas redes sociais sobre o agro que cuida do futuro. Com vídeos curtos e cards educativos, abordando tecnologia do campo, sanidade animal, boas práticas, manejo do solo etc.

Data: 17/09/2025

Foram 50 notícias no dia, com divulgação majoritariamente digital. O noticiário se organizou em três eixos, da qualificação e competitividade, da política pública de abastecimento e segurança alimentar e do desempenho produtivo do agro.

Web: 34 notícias | Impresso: 9 notícias | Rádio: 5 notícias | RV: 2 notícias

Veículos de destaque: Gazeta Regional (PR), O Paraná, Estadão.com (visibilidade nacional), rádios Caiobá e Cultura.

Pautas dominantes

Inscrições abertas para concurso Café Qualidade Paraná 2025 (8 ocorrências).

Criação da Plataforma Paraná Sustentável (6 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia concentrou-se em veículos regionais, econômicos e alguns de alcance nacional, o que amplia o potencial de posicionamento estratégico da Secretaria. Diferentemente de dias celebrativos, este noticiário ofereceu ganchos claros para explicação de políticas públicas, especialmente em inovação, abastecimento e acesso a mercados.

Pontos positivos: A comunicação do dia evidenciou um Estado ativo, moderno e com políticas públicas operacionais, especialmente nas áreas de segurança alimentar, inovação e competitividade internacional. A presença da Ceasa e de programas estruturados conferiu materialidade à ação pública, fortalecendo a credibilidade institucional.

Pontos de risco: Atenção para que a Secretaria não seja percebida apenas como "apoio" ou "parceira", e não como condutora estratégica.

Sugestão de ações de comunicação

- Ampliar a divulgação da criação da Plataforma Paraná Sustentável e seus objetivos para o Estado, com a produção de releases, sugestões de pauta e postagens nas redes sociais.
- A pauta da chegada do caminhão para o programa Comida Boa, na Ceasa de Cascavel, tem um bom apelo para notícias televisivas. A pauta, focando nos ganhos para a população beneficiada.
- A realização da 2ª edição do DKBR, encontro dedicado ao drift e à cultura automotiva, no espaço da Ceasa Curitiba é uma oportunidade para a realização de ações de marketing. Por reunir público jovem, urbano, altamente engajado e fora do radar tradicional do agro, permite

à Ceasa Curitiba — e, por extensão, à Secretaria da Agricultura — ocupar um território simbólico novo, reforçando protagonismo institucional sem descaracterizar o evento.

Além das ações tradicionais, como aplicações de mensagens-chave da Ceasa em backdrops, telões e mapa do evento, recomendam-se outras ações.

A Companhia pode instalar um lounge personalizado com estética de garagem (tambores de óleo, caixotes de madeira estilizados), oferecendo sucos detox, "combustíveis naturais" (frutas de fácil consumo como bananas e maçãs), e alimentos orgânicos para os visitantes.

Também pode criar um desafio gastronômico, chamado de "Drift de Sabores". A ideia é convidar influenciadores ao evento para um desafio de culinária rápida ou degustação às cegas de produtos premium da Ceasa. No local, instalar um espaço para fotos onde um carro de drift está cercado por uma decoração exuberante de hortifrúti e flores da Ceasa.

Fazer a cobertura do evento para as redes sociais, com postagens no stories e um pos consolidado, pode ser um vídeo curto ou carrossel de imagens ao fim do dia.

No pós-evento, divulgar release sobre o balanço das ações realizadas ao longo do evento, com foco na multifuncionalidade do espaço, na integração campo–cidade e no uso inteligente de ativos públicos.

O evento pode virar case de inovação em marketing público. Então, é importante produzir relatório visual, um vídeo-resumo e uma apresentação institucional para uso da Ceasa, da SEAB.

Data: 18/09/2025

Com 131 notícias, a cobertura foi hegemonicamente digital e se estruturou em dois grandes blocos narrativos, um sobre a competitividade internacional e uso de tecnologia e o outro sobre o desempenho recorde da pecuária paranaense.

Web: 117 notícias | Impresso: 7 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná, Portal do Agronegócio, Gazeta de Toledo Online, Paraná Oeste Online, Tarobá News, CATVE, TN Online, A Rede. A pauta chegou a veículos capazes de formar opinião.

Pautas dominantes

Dados do IBGE revelam que o Paraná tem 9 cidades entre as maiores produtoras pecuárias do Brasil (45 ocorrências).

Criação da Plataforma Paraná Sustentável (35 ocorrências).

Análise: O noticiário do dia foi baseado majoritariamente em portais digitais especializados e regionais, que amplificaram com rapidez os dados positivos da pecuária e da inserção internacional do Paraná. Esses veículos operam com lógica de volume e replicação, o que favorece a disseminação dos números, mas não necessariamente da estratégia pública por trás deles.

Pontos positivos: O conteúdo projetou uma imagem positiva do Paraná como potência agropecuária, tecnológica e competitiva internacionalmente. A presença de temas como rastreabilidade, acesso a mercados e recordes produtivos reforçou atributos estratégicos do Estado e criou um ambiente favorável à reputação institucional.

Ponto de risco: A perda de autoria narrativa em um dia de alta visibilidade. Ao não explicitar de forma sistemática o papel da Secretaria na construção desses resultados, a comunicação pode reforçar a percepção de que o Estado apenas "acompanha" o sucesso do setor.

Sugestão de ações de comunicação

- Promover ações de comunicação interna orientada a territórios (regionais), mas que haja maior integração entre as equipes e valorização dos servidores. Criar uma newsletter, com conteúdo específico sobre ações locais que impactam iniciativas e dados estaduais.

Data: 19/09/2025

O noticiário, com 83 registros no clipping, foi fortemente orientado a desempenho, organizado em três grandes eixos, recordes produtivos e rankings nacionais, crescimento da pecuária, tecnologia, rastreabilidade e acesso a mercados internacionais.

Web: 60 notícias | Impresso: 15 notícias | Rádio: 5 notícias | TV: 3 notícias

Veículos de destaque: Portal do Agronegócio, Indústria & Comércio, Gazeta de Toledo, Paraná Oeste, A Rede, TN Online, além das rádios Cultura e Caiobá.

Pautas dominantes

Resultado da agropecuária paranaense segundo o IBGE (19 ocorrências).

Ação da Adapar no Noroeste do Estado (14 ocorrências).

Análise: O noticiário foi dominado por publicações em portais digitais e veículos regionais que amplificam rapidamente as informações. Esse ecossistema favoreceu volume e alcance, mas não, por si só, a explicação das causas estruturais dos resultados. Sem uma atuação proativa da Secretaria, o enquadramento tende a reforçar a narrativa de sucesso do setor produtivo, com o Estado aparecendo apenas como coadjuvante informacional.

Pontos positivos: A comunicação demonstrou um Paraná forte, organizado e competitivo, com destaque para tecnologia, rastreabilidade e crescimento acima da média nacional. A presença de dados oficiais e rankings consolida credibilidade e reforça a imagem de um Estado confiável no cenário agropecuário.

Ponto de risco: O principal é a naturalização dos resultados. Ao repetir recordes e rankings sem explicitar o papel do Estado, a comunicação reforça a ideia de que o crescimento é espontâneo ou exclusivamente privado.

Sugestão de ações de comunicação

- Repercutir os dados do IBGE, destacando o que sustenta o crescimento da pecuária no Paraná a partir do olhar das políticas públicas. Oferecer entrevistas e publicar releases.
- Reforçar a divulgação da Mostra Tecnológica do IDR, anunciando sua realização nas emissoras de rádio e TV regionais, os atrativos, os objetivos e os resultados no pós-evento.

Data: 20/09/2025

Foram 32 notícias, um volume baixo a médio, típico de sábado, com pauta mais técnica, forte presença de temas de sanidade, biossegurança e dados setoriais.

Impresso: 15 notícias | Web: 13 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: Gazeta Regional (5 matérias), Gazeta do Paraná (4 matérias), Correio do Cidadão (1 matéria, com destaque na capa), Revista Paraná (2 matérias) e rádios Ouro Verde FM (2 matérias) e Caiobá FM (2 matérias).

Pauta dominante

Ações da Adapar para garantir biosseguridade e nota sobre lote de vacinas contra clostridioses (9 ocorrências).

Análise: O impresso liderou os registros no clipping do dia, o que fortalece a percepção de Estado presente e atuante, especialmente nas áreas de sanidade e infraestrutura rural. Esses veículos tendem a valorizar ações concretas do poder público, criando ambiente favorável para afirmação de protagonismo institucional.

Pontos positivos: A comunicação do dia mostrou uma imagem consistente de Estado vigilante, técnico e preventivo, com destaque para a atuação da Adapar em biossegurança e controle sanitário. A presença de notas técnicas e força-tarefa reforçou credibilidade e transmite segurança ao setor produtivo e à sociedade.

Ponto de risco: A operação da Adapar no Noroeste expõe a vulnerabilidade da sericicultura frente à citricultura. Falhas na comunicação podem gerar atritos entre vizinhos de diferentes cadeias produtivas.

Sugestão de ações de comunicação

- Comunicar a fiscalização da Adapar como uma ação preventiva, uma espécie de escudo para a avicultura, porque uma granja segura é lucrativa.
- Nas redes sociais, produzir vídeos com depoimentos de produtores que colaboraram com a fiscalização e salvaram seus pomares do Greening. A ideia é humanizar as ações da Adapar.
- Produzir conteúdos educativos para as redes sociais, mostrando como funciona a biossegurança no Paraná e, consequentemente, a atuação da Adapar.

Data: 21/09/2025

Foram 16 notícias, um volume baixo, típico de domingo, com pauta enxuta e concentrada em conteúdos reputacionais e educativos.

Web: 8 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 3 notícias | Impresso: 1 notícia

Veículos de destaque: Globo Rural (TV), rádios Caiobá e Ouro Verde FM, Gazeta de Toledo Online, RIC Rural, Caminhos do Campo e TV Tarobá.

Pauta dominante

Premiação de queijos paranaenses na França (4 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia privilegiou emissoras de TV e rádio e poucos portais digitais, compondo um ambiente favorável à construção de reputação positiva. Esses veículos privilegiam histórias de sucesso, inovação e reconhecimento externo.

Pontos positivos: A comunicação do dia reforçou atributos estratégicos do Paraná como qualidade, inovação, sustentabilidade e reconhecimento internacional. A presença em veículos de alto valor simbólico, como Globo Rural e programas de TV, fortalece a imagem do agro paranaense e cria ambiente favorável à confiança institucional.

Ponto de risco: O caso das vacinas interditadas (Excell 10 e Resguard Multi) merece atenção, além dos relatos de incêndios criminosos em Cambé.

Sugestão de ações de comunicação

- Reforçar a divulgação da nota da Adapar para alinhar as informações entre os produtores, destacando que o problema é isolado e que a vacinação regular deve continuar com outras marcas para proteger o patrimônio do produtor. Vale sugerir entrevistas com representantes da Adapar para as emissoras de rádio dos municípios com maiores rebanhos.
- É importante que a comunicação seja assertiva quanto à prevenção a incêndios em Cambé e região. Produzir material didático, inclusive para as redes sociais, sobre o manejo adequado do solo.
- Preparar release sobre a participação da SEAB no Congresso do Agronegócio Global, destacando quais ações serão apresentadas. Sugerir entrevistas com o secretário Marcio Nunes na imprensa da Capital sobre o tema.

Data: 22/09/2025

Com 64 notícias, a cobertura do dia foi organizada em três grandes eixos, o de resultados históricos do agro paranaense, da sanidade e vigilância (Adapar) e da competitividade internacional e exportações.

Web: 38 notícias | Rádio: 18 notícias | Impresso: 7 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: O Presente Rural (5 matérias), rádios comunitárias e regionais (Entre Rios FM, Ativo FM, Líder Sul FM), Portal do Agronegócio, Indústria & Comércio.

Pautas dominantes

Paraná chega aos melhores resultados da história em atividades da agropecuária, segundo dados do IBGE (27 ocorrências).

Congresso do Agronegócio Global (6 ocorrências).

Análise: O rádio teve peso relevante no clipping do dia, ampliando o alcance das notícias. Os assuntos que mais circularam neste meio foram a nota técnica da Adapar sobre os lotes contaminados de vacinas e os resultados históricos do agro do Estado.

Pontos positivos: A comunicação do dia reforçou atributos estratégicos como competência técnica, vigilância sanitária e liderança nacional do agro paranaense. A atuação da Adapar, especialmente por meio de notas técnicas, transmite segurança e confiabilidade ao setor produtivo e à sociedade.

Ponto de risco: Ao apresentar resultados históricos sem amarrá-los explicitamente às políticas públicas, a Secretaria corre o risco de ser percebida apenas como fonte de dados, e não como condutora das decisões que sustentam esse desempenho.

Sugestão de ações de comunicação

- A ação de distribuição de sementes de feijão pela SEAB teve apenas dois registros. Vale ampliar a divulgação do assunto, especialmente como sugestão de pauta para as rádios.
- Os resultados do agro paranaenses, de acordo com o IBGE, devem ser celebrados pela equipe da SEAB. Divulgar boletim sobre como as ações e políticas públicas da Secretaria foram cruciais para esse marco, parabenizando a todos que fazem a pasta.

Data: 23/09/2025

Com 168 notícias, tratou-se de um dia de hiperconcentração temática, com enorme potencial de fixação de imagem institucional. Os temas de destaque foram defesa agropecuária e regulação, ciência aplicada e política pública e infraestrutura logística estatal.

Web: 82 notícias | Rádio: 72 notícias | Impresso: 10 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná (8 matérias, Portal do Agronegócio (6 matérias), Correio do Povo do Paraná (5 matérias) e TV Plural, além de rádios comunitárias e regionais.

Pautas dominantes

Notícias sobre a Adapar (73 ocorrências).

Participação do Governo do Paraná no Congresso do Agronegócio Global (32 ocorrências).

Nova pavimentação da Ceasa Curitiba (17 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia demonstrou a força da capilaridade institucional da Secretaria, especialmente por meio da Adapar, assunto muito registrado nas rádios, segundo o clipping, e da Ceasa.

Pontos positivos: O conteúdo do dia projetou um Estado presente, técnico e ativo, com forte ênfase em proteção sanitária, ciência aplicada e investimento em infraestrutura. A atuação da Adapar confere autoridade regulatória, enquanto a Ceasa reforça a imagem de eficiência logística pública.

Pontos de risco: A menção à deriva de agrotóxicos prejudicando a sericicultura expõe uma fragilidade na convivência de cadeias produtivas vizinhas. Além disso, o discurso de "sustentabilidade" pode soar como barreira para o crescimento se não for atrelado diretamente ao ganho de lucro e eficiência (redução de custos).

Sugestão de ações de comunicação

- Durante o Congresso do Agronegócio Global, o secretário Marcio Nunes, destacou que o trabalho realizado junto aos produtores e cooperativas do Estado garante alimentos de qualidade, amplia o acesso a mercados internacionais. Essa afirmação pode gerar desdobramentos para diversas pautas com enfoque nas ações da SEAB para cada um desses nichos e grandes temas.

Data: 24/09/2025

Com 84 notícias, a pauta deixou de ser monolítica e mostrou diversidade de políticas públicas em ação. Os temas da cobertura foram a contratação de técnicos, a capacidade institucional, a regulação e qualidade e a articulação política.

Web: 59 notícias | Rádio: 14 notícias | Impresso: 6 notícias | TV: 4 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná (7 matérias), Ouro Verde FM (4 matérias), Bem Paraná (3 matérias), Gazeta de Toledo Online (2 matérias), O Presente Rural (2 matérias) e Massa News (2 matérias),

Pauta dominante

A Adapar foi assunto do dia (20 ocorrências), abordando as operações no Noroeste, a abertura do concurso público e a aquisição de veículos.

Análise: O dia apresentou um retrato do Estado em funcionamento, com temas que vão desde a contratação de profissionais, ampliação de estrutura, certificação sanitária e à articulação política. Os veículos captaram bem as ações, demonstrando ao público a eficiência administrativa.

Pontos positivos: As matérias do dia reforçaram atributos fundamentais da Secretaria, como a capacidade técnica, presença territorial, regulação qualificada e investimento em estrutura humana e operacional. A recorrência de pautas sobre concursos, selos e fiscalização projeta um Estado que se prepara para o futuro e protege a cadeia produtiva.

Ponto de risco: A crise do leite é um tema de alta sensibilidade social e política.

Sugestão de ações de comunicação

- Sobre a crise no setor leiteiro, a comunicação precisa deixar evidente que o controle de fronteiras e tarifas é competência federal. Além disso, vale traduzir o termo dumping, técnico, para concorrência desleal, de modo que todos possam entender. Se a narrativa focar apenas no aumento do preço para o produtor, o consumidor final (que quer leite barato no mercado) pode não se solidarizar. É importante criar materiais que comparem o custo de produção paranaense com o leite subsidiado que entra via Mercosul, mostrar que o leite não é apenas um produto, mas o sustento de milhares de pequenas famílias. Antes da divulgação do material, é necessário fazer avaliação política do tema com os gestores da SEAB.

Data: 25/09/2025

Foram 102 notícias que destacaram infraestrutura rural, capacidade estatal, articulação institucional e parcerias, além de projeção produtiva. Foi um dia em que o Estado apareceu atuando, não apenas regulando.

Web: 73 notícias | Impresso: 17 notícias | Rádio: 11 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná (9 matérias), Ativo FM 87.9 (4 matérias), Folha de Irati, Gazeta de Toledo, Paraná Oeste, O Presente Rural, CATVE, Diário do Noroeste.

Pautas dominantes

Entrega de máquinas para melhorar estradas rurais (35 ocorrências).

Aquisição de veículos para Adapar (9 ocorrências).

Análise: A combinação de revista institucional com rádios comunitárias, portais regionais criou um ambiente perfeito para fixação da imagem de Estado presente no território. A ênfase em infraestrutura rural, fortalecimento da defesa agropecuária e ampliação da capacidade institucional. Os veículos regionais captaram bem o impacto local dessas ações, mas a narrativa geral permaneceu fragmentada.

Pontos positivos: O noticiário apresentou uma imagem positiva de Estado executor, presente e capilar, que investe em estradas, equipamentos, pessoal técnico e parcerias estratégicas.

Pontode risco: Dos municípios beneficiados com o convênio para aquisição de maquinário, apenas 27 iniciaram as compras. É preciso ter atenção para o produtor ouvir falar dos R$ 1,4 bilhão em investimento, mas não ver a máquina na estrada da sua região a curto prazo.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar um mapa no site da SEAB para marcar os convênios assinados com os municípios e, depois, celebrar a chegada das máquinas em cada um deles, com matérias para os veículos de comunicação locais. Esse conteúdo pode ser utilizado também pelas redes sociais.
- Ampliar a divulgação do relatório do Deral sobre o recorde na produção de cevada. Sugerir entrevistas sobre o tema, destacar as ações realizadas para o setor que contribuíram para o resultado, informar como será o escoamento da produção, quais mercados serão atendidos. Enfim, explorar ao máximo os dados técnicos da SEAB.

Data: 26/09/2025

Com 86 notícias, os temas de destaque do dia foram planejamento e inteligência produtiva, modernização e inovação e infraestrutura rural, além de capacidade institucional. Foi um dia que mostrou o Estado pensando, planejando e preparando o futuro.

Web: 62 notícias | Impresso: 16 notícias | TV: 4 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná (6 matérias), Gazeta de Toledo Online (3 matérias), Página Um, Página Um News (5 matérias somadas), Agrolink (SP), O Presente Rural e Correio do Povo do Paraná.

Pautas dominantes

Boletim do Deral sobre safra de grãos 24/25 (16 ocorrências).

Expectativa de recorde na safra de cevada em 2026 (15 ocorrências).

Análise: Os veículos deram destaque a dados técnicos, investimentos públicos e parcerias estratégicas, mas, em muitos casos, trataram esses elementos como fatos isolados. Há espaço para que a Secretaria assuma o papel de narradora da estratégia pública, conectando projeções, investimentos e inovação em um eixo único de política de desenvolvimento rural.

Pontos positivos: O noticiário reforçou atributos centrais da Secretaria: capacidade técnica, planejamento de longo prazo, uso de dados e investimentos estruturantes. A presença do Deral, da Adapar e da Ceasa projeta um Estado organizado, com visão sistêmica da cadeia agropecuária.

Ponto de risco: O público percebe números, projeções e investimentos, mas não necessariamente identifica a Secretaria como autora das decisões estratégicas.

Sugestão de ações de comunicação

- Ainda sobre a crise do setor leiteiro, é importante deixar evidente qual é a atuação do Governo do Paraná, da SEAB, para ajudar o setor.
- Para a comunicação interna, no sentido de valorizar os servidores, promover um café da manhã voltado para integração das equipes e o alinhamento das informações.
- Ampliar a divulgação sobre a obrigatoriedade de vacinação dos herbívoros no Oeste do Estado, com matérias para rádios, sugestões de entrevistas e posts educativos nas redes sociais.

Data: 27/09/2025

Foram 34 notícias, um volume baixo a médio, típico de sábado, com forte presença de análises, balanços e dados estruturais. Os temas de destaque foram planejamento produtivo, economia florestal, capacidade institucional e posicionamento político-institucional.

Rádio: 12 notícias | Impresso: 11 notícias | Web: 10 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Correio do Cidadão (Guarapuava), jornais regionais impressos (Gazeta de Toledo, Diário do Sudoeste, Umuarama Ilustrado), O Presente Rural, além de rádios regionais.

Pautas dominantes

Boletim do Deral sobre safra de grãos 24/25 (8 ocorrências).

Expectativa de recorde na safra de cevada em 2026 (6 ocorrências).

Análise: A liderança do impresso e do rádio indica um dia de consolidação de imagem e formação de entendimento. Foi um dia em que o Estado apareceu como produtor de dados, planejamento e visão estratégica, mas ainda correu o risco de ser visto apenas como fonte técnica, e não como autor das escolhas políticas que sustentam esses resultados.

Pontos positivos: A comunicação do dia fortaleceu atributos estratégicos da Secretaria, como capacidade técnica, credibilidade estatística, planejamento de longo prazo e compromisso com sustentabilidade. A presença de dados do IBGE e do Deral projeta o Paraná como referência nacional em produção agropecuária e florestal.

Ponto de risco: Ao comunicar majoritariamente por números, boletins e projeções, a Secretaria corre o risco de afastar o cidadão comum e de não explicitar o impacto concreto dessas políticas no território.

Sugestão de ações de comunicação

- Quando os municípios adquirirem o maquinário, criar uma série de vídeos curtos, mostrando as máquinas trabalhando e a melhoria nas estradas rurais. Pode ser chamada de máquina na pista e utilizada nas redes sociais.
- Em relação às tarifas dos EUA aplicadas aos ovos, usar uma narrativa de resiliência, mostrando as ações do Governo do Paraná para a abertura de outros estados.

Data: 28/09/2025

Foram 30 notícias que destacaram a capacidade do Estado, planejamento produtivo e vocação regional e cadeias específicas. Foi um dia em que o Estado apareceu como estrutura, não como realizador de evento.

Web: 12 notícias | Impresso: 8 notícias | TV: 6 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: Tarobá News, RIC Rural, Caminhos do Campo, Rádio Caiobá, Jornal do Oeste, Gazeta do Paraná, O Presente, O Estado de São Paulo

Pauta dominante

Contratação de servidores tanto no concurso da Adapar (6 ocorrências) e na seleção do IDR (5 ocorrências).

Análise: A cobertura do dia privilegiou veículos audiovisuais e imprensa regional, criando um ambiente propício à construção de reputação institucional. Esses meios valorizam histórias humanas, decisões estruturais e presença do Estado. No entanto, sem uma narrativa integradora, concursos e dados produtivos podem ser percebidos apenas como rotinas administrativas, e não como decisões estratégicas que sustentam o agro paranaense.

Pontos positivos: A comunicação do dia reforçou a imagem de um Estado organizado, técnico e comprometido com o futuro, ao investir em pessoas, planejamento e estrutura. A recorrência do concurso da Adapar transmite mensagem clara de fortalecimento da defesa sanitária, um ativo estratégico para a agropecuária.

Ponto de risco: A seca no Rio das Cinzas gera atenção, pois prejudica a população e, em especial, os produtores da região.

Sugestão de ações de comunicação

- Produzir vídeos curtos com técnicos do Deral explicando como a chuva que ajudou o inverno agora prepara o solo para o verão, conectando com as informações do novo Boletim de Safra. Esse material pode ser transformado em spot de rádio para distribuição às emissoras.
- Elaborar release sobre como o resultado da safra é fruto de um salto de produtividade e como isso impacta o PIB estadual. Além disso, pode criar um gráfico comparativo visual das safras (23/24 vs 24/25) e postar nas redes sociais.
- Informar o que a SEAB está fazendo em relação à crise hídrica no Norte do Estado.

Data: 29/09/2025

Com 73 matérias, o noticiário do dia foi organizado em três grandes blocos, o da força produtiva e planejamento, do risco e vulnerabilidade e da resposta do Estado.

Web: 42 notícias | Rádio: 20 notícias | TV: 7 notícias | Impresso: 4 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Bom Dia Paraná), CBN Maringá, G1 Paraná, Bem Paraná, CATVE.com, além de rádios comunitárias e regionais.

Pautas dominantes

Paraná pode registrar safra histórica de cevada (8 ocorrências).

Safra recorde de grãos 24/25 (8 ocorrências).

Análise: Forte presença de rádio e TV na cobertura do dia, que revela um ambiente informativo sensível, no qual dados positivos de produção convivem com sinais claros de vulnerabilidade econômica e climática. Os veículos regionais e o rádio deram voz ao produtor, enquanto a web concentrou dados técnicos. Esse cenário exige que a Secretaria atue como mediadora entre dado e realidade, reforçando a imagem de um Estado que reconhece dificuldades e oferece respostas concretas.

Pontos positivos: O noticiário reforçou a credibilidade técnica da Secretaria por meio do Deral, do IDR e da Adapar, projetando um Estado que acompanha de perto a produção, desenvolve tecnologia e estrutura sua capacidade operacional.

Ponto de risco: A crise no setor leiteiro continua exigindo atenção.

Sugestão de ações de comunicação

- Variar abordagens das pautas vinculadas à Adapar, trazendo temas como segurança alimentar, saúde do produtor, sustentabilidade.
- Há diversos programas da SEAB que não apareceram na imprensa ao longo dos últimos dois meses, como o Cestas Solidárias, lançado no ano passado. Apurar, então, o balanço das ações e as metas alcançadas para elaborar release e sugerir a pauta a veículos de comunicação.
- Nas redes sociais, mostrar as pessoas que fazem a SEAB, produzindo conteúdos sobre "quem cuida do agro", podem ser os fiscais da Adapar, os técnicos do Deral, os extensionistas do IDR.

Data: 30/09/2025

Foram 49 notícias para o dia que fecha o mês. Houve uma narrativa de planejamento, diversidade produtiva e capacidade de resposta do Estado.

Web: 20 notícias | Impresso: 17 notícias | TV: 6 notícias | Rádio: 6 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Bom Dia Paraná), TV Bandeirantes (Jornal Tarobá), TV Record (RIC Notícias), Correio do Povo do Paraná, Correio do Cidadão (Guarapuava), O Presente, Página Um, TN Online, O Paraná Online, Revista Paraná.

Pautas dominantes

A imunização do rebanho herbívoro contra raiva (11 ocorrências).

Safra recorde de grãos 24/25 (6 ocorrências).

Análise: Os veículos tradicionais e regionais, com forte presença do impresso e da TV, foram privilegiados no clipping do dia, criando um ambiente favorável à consolidação de reputação institucional.

Pontos positivos: O noticiário evidenciou um Estado planejador, atento à diversidade produtiva e sensível aos riscos climáticos e econômicos. A presença da SEAB, juntamente com o IDR, reforçou a imagem de uma Secretaria técnica, organizada e com visão sistêmica do agro.

Ponto de risco: Eventos climáticos, como estiagem e geadas.

Sugestão de ações de comunicação

- Utilizar o projeto Adapar Educa no Campo para produzir vídeos rápidos de veterinários explicando como identificar o comportamento do morcego hematófago e do animal doente. É uma forma de reforçar a necessidade de vacinação dos rebanhos e engajar o produtor como um fiscal, transformando a vacinação obrigatória em um ato de responsabilidade coletiva.
- Os casos de raiva no Oeste e a interdição de vacinas mostram que o boato corre mais rápido que a fiscalização. Criar o canal de alerta, um sistema de checagem de fatos sanitários (Fact-checking do Agro) e, sempre que houver interdição de lotes ou focos de doenças, a SEAB lança imediatamente um infográfico sobre o que o produtor precisa saber, isolando o problema e evitando que a crise atinja todo o setor.
- Nas redes sociais, divulgar o prazo de inscrição do concurso Café Qualidade Paraná 2025.

Data: 01/10/ 2025

Foram 73 notícias e o noticiário do dia se estrutura em três grandes eixos narrativos. O primeiro de investimento público e liderança estadual, depois de sanidade animal e biossegurança e da presença territorial e política pública em movimento.

Web: 53 notícias | Impresso: 16 notícias | TV: 3 notícias | Rádio: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná, O Paraná Online, Cantu em Foco, O Presente, Tribuna do Vale. Eles têm forte inserção regional, especialmente em áreas agrícolas e dialogam diretamente com produtores rurais, lideranças locais e gestores públicos.

Pautas dominantes

Volume destinado pelo Governo do Paraná para agricultura (15 ocorrências).

Ação de conscientização sobre raiva animal (8 ocorrências).

Análise: A SEAB já ocupa um espaço relevante nos veículos do interior, mas pode qualificar ainda mais o discurso, oferecendo dados comparativos, histórias de produtores beneficiados e conteúdos explicativos sobre impacto das políticas.

Pontos positivos: A narrativa do dia foi consistente de liderança e investimento, ênfase em planejamento, prevenção e orientação técnica, valorização de equipes técnicas e associação da Secretaria a resultados concretos e benefícios diretos ao produtor.

Pontos de risco: O tema da vacinação obrigatória contra raiva em herbívoros pode gerar resistência de produtores se não houver comunicação clara sobre prazos, custos e benefícios. Além disso, a fiscalização sanitária pode ser interpretada como punitiva se não vier acompanhada de narrativa educativa.

Sugestão de ações de comunicação

- A partir da informação sobre os investimentos em agricultura, gerar conteúdo para as redes sociais e a assessoria de imprensa. Usar técnicas de storytelling, mostrando a evolução dos investimentos entre 2028 e 2025, com o mote de que, em 7 anos, triplicou-se os investimentos. E mostrar como esses recursos se transformam em oportunidades e qualidade de vida. Além disso, sugerir entrevistas do secretário Márcio Nunes sobre o assunto.
- Realizar ações voltadas para o Outubro Rosa voltadas para as servidoras da SEAB e para as mulheres no campo.

Data: 02/10/ 2025

Com 148 notícias, os temas relevantes do dia tratam sobre liderança nacional e investimento público, sanidade animal e biossegurança (Adapar como protagonista) e infraestrutura rural como política agrícola, com registros sobre aquisição de máquinas para as estradas rurais.

Web: 71 notícias | Rádio: 65 notícias | Impresso: 12 notícias

Veículos de destaque: Rádios São Miguel FM (105.9), Nova Era e Massa FM (97.9), além da Revista Paraná (PR). Esses veículos têm audiência direta no meio rural, funcionam como canais de confiança e proximidade, fundamentais para temas sensíveis como vacinação, sanidade e programas públicos.

Pautas dominantes

Volume destinado pelo Governo do Paraná para agricultura (39 ocorrências).

Ação de conscientização sobre raiva animal (32 ocorrências).

Análise: As notícias sobre os recursos destinados pelo Estado para a agricultura e a oficina de conscientização sobre a raiva animal tiveram forte aderência nas rádios. Isso ofereceu um reforço na interiorização da comunicação de pautas estratégicas, pois a predominância no clipping foi de veículos locais e regionais.

Pontos positivos: O conteúdo das notícias demonstrou autoridade técnica do Estado, clareza na defesa da prevenção sanitária, ênfase em ações concretas e mensuráveis, integração entre agricultura, infraestrutura e saúde animal.

Ponto de risco: O concurso público da Adapar pode gerar questionamentos sobre critérios, número de vagas e regionalização.

Sugestão de ações de comunicação

- Em relação à raiva em herbívoros, fortalecer a comunicação sobre as ações de conscientização. Novas oficinas sobre o tema devem ser realizadas nos municípios prioritários, com ampla divulgação da Assessoria de Imprensa.
- Disparar alertas específicos de SMS ou WhatsApp para criadores das 30 cidades do Oeste sobre a vacinação. O tom deve ser de parceria para a proteção dos rebanhos.
- No contexto dos investimentos da SEAB, dar luz ao programa IrrigaParaná, conectando o investimento financeiro com a segurança hídrica, comida mais barata e de qualidade na mesa.

Data: 03/10/ 2025

Total de 170 notícias. As notícias giraram em torno de liderança produtiva do Paraná e infraestrutura rural como política agrícola. O assunto que dominou o dia foi o Boletim Semanal do Deral, com dados sobre a produção de mel.

Há menor diversidade temática, mas altíssima intensidade de mensagem.

Rádio: 83 notícias | Web: 70 notícias | Impresso: 15 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: TV Globo, TV Bandeirantes, além de rádios regionais e locais. O peso dos veículos não está na marca nacional, mas na proximidade com o público rural. Já as rádios locais funcionam como principal canal de confiança do produtor.

Pauta dominante

Resultado da produção de mel do Estado, com informações do Deral (98 ocorrências).

Análise: O rádio assumiu protagonismo absoluto no clipping do dia, superando web e impresso, o que revela clara capilaridade territorial, especialmente junto ao produtor rural. O tema do mel foi o assunto de destaque. Já a web teve um melhor desempenho sobre convênios e investimentos e ações administrativas.

Pontos positivos: As notícias revelaram a autoridade técnica do Estado na produção agropecuária, apresentaram dados objetivos e clareza na relação entre política pública e resultado econômico, além disso trataram sobre integração entre produção e infraestrutura.

Ponto de risco: Atenção à proximidade do fim do prazo de inscrição para o processo seletivo do IDR-PR.

Sugestão de ações de comunicação

- Os dados divulgados no Boletim do Deral podem ser aproveitados para posts nas redes sociais. O carrossel pode apresentar, por exemplo, os dados relativos à produção de mel, informando quais ações da SEAB contribuíram para o resultado. Também podem ser feitos vídeos curtos com técnicos da unidade, detalhando as informações.
- Ainda no contexto dos investimentos do Estado na agricultura, explorar o programa Compra Direta. Mostrar que o dinheiro do Estado não vai apenas para grandes latifúndios, mas para cooperativas que abastecem hospitais e cozinhas comunitárias.
- Reforçar a divulgação do prazo de inscrição no processo seletivo do IDR.

Data: 04/10/ 2025

O noticiário do dia, com 36 registros no clipping, se organiza em três eixos complementares, o da liderança produtiva e desempenho econômico do agro, da sanidade animal e prevenção e da gestão pública e políticas sociais associadas ao território rural.

Impresso: 15 notícias | Web: 14 notícias | Rádio: 6 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Gazeta do Paraná, Tribuna do Norte, O Paraná, O Paraná Online e Correio do Cidadão. Os veículos possuem credibilidade regional consolidada e dialogam com lideranças políticas, empresariais e do agro.

Pauta dominante

Paraná detém 14,6% da produção nacional de mel (12 ocorrências).

Análise: O dia marcou um retorno do protagonismo do impresso, o que sugere foco em leitores formadores de opinião, gestores públicos e lideranças regionais. Aconteceu uma espécie de amadurecimento de narrativas já lançadas, provocando uma oportunidade de aprofundar conteúdos econômicos e técnicos.

Pontos positivos: Autoridade técnica da Secretaria, uso consistente de indicadores econômicos, valorização da diversificação produtiva (mel, feijão, VBP) e continuidade da agenda de sanidade animal, sem alarmismo.

Ponto de risco: A questão da sanidade animal (raiva em herbívoros) ainda pode gerar apreensão se não houver reforço didático contínuo.

Sugestão de ações de comunicação

- Os dados sobre desempenho do setor agrícola sempre chamam muita atenção e geram repercussão na mídia local. É estratégico explorar mais a informação sobre a projeção do VBP 2025, 10% acima de 2024. Sugerir entrevistas para as emissoras de rádio, elaborar release e produzir material para as redes sociais.
- Produzir briefings semanais curtos explicando por que certos temas ganham destaque em determinados dias e como responder a questionamentos sobre números e liderança. É uma ação para alinhamento do discurso entre Secretaria, Adapar e IDR.

Data: 05/10/ 2025

Foram 24 notícias no dia, que tratam sobre sanidade animal e prevenção, liderança produtiva, inovação e tecnologia no campo e dimensão social e histórica da agricultura.

Web: 14 notícias | Impresso: 4 notícias | Rádio: 4 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: O Maringá, Tarobá News, Indústria & Comércio Online, rádios Ouro Verde FM e Caiobá FM. Eles têm forte inserção regional e dialogam com produtores, gestores públicos e formadores de opinião locais. São importantes para pautas técnicas e institucionais.

Pautas dominantes

A história da agricultura em Curitiba, de cidade rural a metrópole (4 ocorrências).

Ação de conscientização da Adapar nos municípios do Oeste (4 ocorrências).

Análise: As notícias do dia revelam que houve uma comunicação menos reativa e mais editorial, com predomínio de veículos regionais consolidados, e demonstram a capacidade de a Secretaria variar a agenda.

Pontos positivos: Autoridade técnica, valorização da história e identidade agrícola do Paraná, integração entre tecnologia, produção e política pública.

Pontos de risco: Os processos seletivos e concursos podem gerar questionamentos sobre critérios, regionalização e transparência.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, explorar mais temas relacionados à tecnologia no campo (drones, inovação), educação alimentar e políticas sociais ligadas ao agro. Recomenda-se usar storytelling para conectar passado, presente e futuro da agricultura.
- Os jornais impressos, aos domingos, trazem matérias especiais em todas as editorias. Essa é uma oportunidade de explorar melhor as pautas, aprofundá-las e, acima de tudo, ocupar espaço na mídia. As matérias em jornais tradicionais costumam repercutir. Funcionam como um selo de credibilidade e pautam o debate político e econômico da semana seguinte. Por exemplo, a assessoria de comunicação pode sugerir uma pauta sobre como o Estado se tornou o maior investidor do campo no Brasil, fazendo uma análise técnica sobre como a disciplina fiscal se converte em trator, asfalto e irrigação.

Data: 06/10/ 2025

Os temas das 59 notícias do dia abordam gestão pública e estrutura do agro, liderança produtiva, sanidade e biossegurança e dimensão social e ambiental do agro.

Rádio: 26 notícias | Web: 25 notícias | Impresso: 4 notícias | TV: 3 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná (5 matérias), rádios Caiobá FM (4 matérias) e Ouro Verde FM (4 matérias), Indústria & Comércio (PR), Nova AM (Apucarana), Minuto Rural (PR). Eles têm uma audiência qualificada no agro e na política regional.

Pautas dominantes

Paraná detém 14,6% da produção nacional de mel (9 ocorrências).

Inscrições para processo seletivo do IDR (7 ocorrências).

Investimentos em máquinas para estradas rurais (7 ocorrências).

Análise: O ecossistema midiático do dia revela uma Secretaria presente no território, especialmente via rádio. Há menor dependência de um único tema e maior distribuição de mensagens, o que reduz risco de saturação. Os veículos regionais assumiram papel central na tradução das políticas públicas, enquanto a web funcionou como base de registro e amplificação.

Pontos positivos: O conteúdo reforça capacidade de gestão, autoridade técnica, compromisso social, visão ambiental e territorial.

Ponto de risco: O tema da sanidade animal é sensível, pois exige cuidado para não gerar percepção de crise sanitária.

Sugestão de ações de comunicação

- A pauta sobre a produção de mel continua forte, é importante aproveitá-la também nas redes sociais. Pode criar minisséries, com a produção de vídeos, sobre como pequenos apicultores contribuíram para o resultado, mostrando como funciona a cadeia produtiva do mel. Também pode sugerir uma pauta para a TV Paraná Turismo sobre o mel produzido no Estado, suas características, propriedades, tudo isso contando histórias de produtores.
- Produzir material para rádio sobre a assistência técnica da SEAB e suas vinculadas para os produtores rurais, especialmente os da agricultura familiar.

Data: 07/10/ 2025

Foram 152 notícias no dia. A liderança nacional na produção de mel é o tema que domina completamente o noticiário.

Rádio: 115 notícias | Web: 25 notícias | Impresso: 8 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Bom dia Paraná), Voz FM (91.9), Super Najuá FM (92.5), Verde Vale FM (99.9), Rádio Goioerê, além de outras dezenas de emissoras locais do interior.

Pauta dominante

Paraná detém 14,6% da produção nacional de mel e se torna líder do país (130 ocorrências).

Análise: O rádio foi utilizado como meio dominante para distribuir a informação sobre a produção do mel no Estado, garantindo alcance territorial máximo, repetição qualificada e memorização da mensagem.

Pontos positivos: As notícias do dia refletiram a autoridade técnica e produtiva do Paraná, uso de dados claros e objetivos e capacidade do Estado de se posicionar como líder nacional.

Ponto de risco: Pouca presença de produtores, cooperativas ou técnicos locais nas matérias sobre a liderança na produção do mel.

Sugestão de ações de comunicação

- A partir da divulgação do resultado da produção de mel, explicar como o produtor participa dessa liderança, mostrando o impacto regional da produção de mel. Produzir release e sugestão de pautas que apresentem o desdobramento humano do dado.
- A ampliação de municípios presente no Susaf-PR e o fortalecimento das pequenas agroindústrias rende bom material para a imprensa e para as mídias digitais.
- Firmar parceria com as emissoras de rádio do Estado para a distribuição de um programete, de um minuto, que pode ser chamado de Conexão Agro Paraná, produzido pela SEAB, com conteúdo técnico, educativo e de serviço ao produtor rural, distribuído gratuitamente às emissoras parceiras do Paraná. A ideia é levar informação confiável, prática e regular ao agricultor paranaense, utilizando o rádio como principal canal de proximidade.

Data: 08/10/ 2025

Com 31 notícias, os temas de destaque do dia foram a atuação legislativa e institucional no agro, liderança produtiva , infraestrutura e apoio a eventos agropecuários, além de agroindústria e agregação de valor.

Web: 20 notícias | Rádio: 5 notícias | Impresso: 5 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná, Blog do Berimbau, Nativa Comunitária 87.9 FM, Campo Aberto FM 94.1. Eles têm forte inserção regional e dialogam diretamente com produtores, lideranças locais e gestores públicos.

Pauta dominante

Comissão de Agricultura aprova medidas voltadas à valorização da cultura, da produção e da segurança alimentar (6 ocorrências).

Análise: O ecossistema midiático do dia revelou uma comunicação mais institucionalizada e menos reativa. A web cumpriu papel central na organização da agenda, enquanto rádio e impresso ajudaram a territorializar temas específicos.

Pontos positivos: As notícias demonstraram integração entre Executivo e Legislativo no fortalecimento do agro, compromisso com segurança alimentar, apoio à agroindústria de pequeno e médio porte e uso de políticas públicas como indutoras de mercado.

Ponto de risco: Atenção à aprovação do projeto de lei pela Comissão de Agricultura que proíbe a reconstituição de leite em pó importado para venda como leite fluido no Estado.

Sugestão de ações de comunicação

- Avaliar se vale a pena repercutir a aprovação dos projetos de lei pela Comissão de Agricultura da Assembleia Legislativa, especialmente a proposta que proíbe a reconstituição de leite em pó importado para venda como leite fluido no Estado. Ao fazer isso, destacar as ações do Governo do Paraná em relação ao setor leiteiro.

Data: 09/10/ 2025

Foram 32 registros, sem uma "notícia-âncora". Os temas do dia foram mercado e safra agrícola, inovação e sustentabilidade, políticas públicas pontuais.

Web: 25 notícias | Impresso: 3 notícias | TV: 3 notícias | Rádio: 1 notícia

Veículos de destaque: TV Globo (Bom dia Paraná). Predominaram hoje portais especializados em agro e economia, veículos regionais digitais e imprensa técnica/setorial.

Pautas dominantes

O conteúdo foi pulverizado, sem repetição relevante, abordando temas como ICMS e agricultura familiar, PSS do IDR-Paraná, certificação Susaf-PR, boletins de mercado, clima e impactos na produção.

Análise: O noticiário do dia foi puxado mais pela dinâmica de mercado e setor do que por ações institucionais coordenadas.

Pontos positivos: Associação da Secretaria ao debate técnico qualificado, inserção em temas contemporâneos (sustentabilidade, agricultura regenerativa), presença em políticas públicas estruturantes (ICMS, Susaf) e reconhecimento implícito da SEAB como fonte confiável.

Ponto de risco: As perdas agrícolas por efeitos climáticos podem gerar percepção negativa se não houver contextualização e orientação.

Sugestão de ações de comunicação

- A criação do dia estadual do Adapariano (20 de dezembro) é uma excelente oportunidade de comunicação interna e externa, especialmente no sentido de valorização do servidor. Preparar ações para celebrar a data, mostrando os rostos dos servidores da Adapar que garantem a defesa sanitária animal e vegetal, permitindo que o estado produza e exporte bilhões.
- Com a aprovação da Política Nacional de Fomento ao Turismo Rural e a inclusão de feiras (ExpoPérola, Morretes, Show Rural) no calendário oficial, lançar o Calendário Agro Paraná 2026, unificando todos os eventos do agro do Estado. Isso ajuda o setor de hotéis, restaurantes e o próprio turismo rural a se planejarem.
- Explorar os dados do Boletim Conjuntural do Deral, produzindo releases sobre a produção de amoras, da venda de carnes bovina e suína.

Data: 10/10/ 2025

Com 81 notícias, o Painel Agropecuária Paranaense dominou completamente a agenda. A divulgação do Boletim Conjuntural do Deral também apareceu

Web: 72 notícias | Impresso: 6 notícias | TV: 3 notícias

Veículos de destaque: TV Record (Balanço Geral), TV Globo (Jornal Hoje). Há forte pulverização, com destaque para portais regionais e estaduais de notícias; veículos digitais generalistas e sites de economia e política local.

Pauta dominante

Painel Agropecuária Paranaense, do Ipardes (40 ocorrências).

Análise: O dia foi de comunicação orientada a dados, com baixa preocupação com territorialização ou linguagem de serviço. A SEAB apareceu como fonte técnica, mas não como mediadora entre informação e produtor.

Pontos positivos: O conteúdo reforçou o compromisso com transparência e dados públicos, capacidade técnica e analítica da Secretaria, visão de planejamento e monitoramento do agro, alinhamento com mercado, pesquisa e formulação de políticas.

Ponto de risco: Dados sem tradução prática podem ser percebidos como distantes.

Sugestão de ações de comunicação

- Em parceria com o Ipardes, promover um webinar sobre o planejamento do Agro para 2026 com base nos dados do Painel Agropecuária. Um evento online para cooperativas e associações rurais apresentando as tendências e discutindo ações estratégicas para aumentar a competitividade.
- Aproxima-se o fim do prazo para inscrição no PSS do IDR-PR. Reforçar a divulgação da informação, detalhando os critérios, a documentação necessária aos candidatos e informar sobre os prazos.
- Nas redes sociais, explorar o crescimento de 264% na produção de amora, pois humaniza o agro e mostra a diversificação de renda. Pode ser um vídeo curto dinâmico mostrando a colheita e a diversidade do agro do Estado.

Data: 11/10/ 2025

Foram 29 notícias, com uma pauta pulverizada. Foi um dia de agenda institucional madura, voltada mais à prestação de contas e planejamento do que à mobilização.

Impresso: 13 notícias | Web: 10 notícias | Rádio: 5 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: Gazeta do Paraná (5 matérias), Correio do Povo do Paraná (3 matérias) e Extra FM - 107.7 (2 matérias). Eles têm credibilidade regional consolidada e influenciam gestores públicos, lideranças locais e setor produtivo organizado.

Pautas dominantes

Painel Agropecuária Paranaense, do Ipardes (3 ocorrências).

Boletim Conjuntural do Deral (2 ocorrências).

Análise: As notícias do dia mostraram a Secretaria posicionada como fonte técnica e institucional, com menor preocupação em alcance massivo e maior foco em qualificação do debate público. O peso do impresso indica um dia adequado para explicação, contextualização e legitimação de políticas, especialmente junto a decisores.

Pontos positivos: Compromisso com planejamento e dados públicos, integração entre agricultura, desenvolvimento regional e sustentabilidade, presença do Estado em políticas estruturantes (IDR, Susaf), imagem de Secretaria técnica, organizada e previsível.

Ponto de risco: As informações sobre normas ambientais podem gerar resistência se não forem bem explicadas.

Sugestão de ações de comunicação

- O resultado do Paraná em relação à segurança alimentar precisa ser celebrado e destacado, especialmente com ampla divulgação das iniciativas e políticas públicas que contribuem para isso, como o Comida Boa, Compra Direta e o Coopera Paraná. Apresentar dados globais, como de investimentos, população beneficiada, impactos econômicos. É uma ação que vale para a distribuição de releases e também para postagens nas redes sociais.

Data: 12/10/ 2025

Foram 8 notícias, que tratam, de maneira geral, sobre dados e mercado agropecuário, informações conjunturais (preços, safra, clima) e notas técnicas pontuais.

TV: 5 notícias | Web: 3 notícias

Veículos de destaque: Emissoras de TV, como TV Globo e TV Record, e portais digitais de agro e economia.

Pautas dominantes

Assuntos diversos foram abordados hoje sem uma pauta dominante.

Análise: O domingo, como é usual, apresentou poucas notícias, que abordaram assuntos diversos, cpm perfil técnico e informativo, sem esforço de construção de agenda ou narrativa institucional.

Pontos positivos: O noticiário associou a Secretaria a dados confiáveis, não gerou ruído reputacional e manteve imagem de órgão técnico.

Pontos de risco: Não foram identificados nesta data.

Sugestão de ações de comunicação

- Produzir um vídeo para as mídias digitais sobre o Paraná como referência em segurança alimentar. O foco é mostrar que o resultado não é obra do acaso, mas fruto de um ciclo que une o campo (produção) à cidade (social). No roteiro, pode conectar o investimento recorde de R$ 730 milhões na agricultura com o fato de as famílias paranaenses terem comida na mesa. É a prova de que o agro forte pode gerar mesa farta.
- Como as condições climáticas de novembro e dezembro são determinantes para o sucesso da safra de verão, em parceria com a Simepar e os dados técnicos da SEAB, recomenda-se em soltar pílulas diárias em emissoras de rádio, com uma espécie de alerta safra, tratando sobre a previsão do tempo, a umidade do solo e as recomendações para os produtores. O alerta também pode ser distribuído via SMS e/ou WhatsApp.
- Apesar da divulgação das ações pelo dia da Segurança Alimentar, no dia 14, pela presença do Governador Ratinho Júnior, ficarem sob a responsabilidade da Secom, é importante sugerir entrevistas com o secretário Márcio Nunes para as principais emissoras de rádio da RMC para repercutir o assunto e também apresentar o próprio release sobre o anúncio.

Data: 13/10/ 2025

O dia teve 99 notícias, altamente concentrado em um eixo técnico-central o Boletim de Conjuntura Agropecuária. A sonora sobre o tema domina amplamente o rádio.

Rádio: 62 notícias | Web: 34 | TV: 2 notícias | Impresso: 1 notícia

Veículos de destaque: Rádios regionais e comunitárias do Estado, que são estratégicas porque têm credibilidade local e chegam diretamente ao produtor rural.

Pautas dominantes

Sonora do agrônomo do Deral sobre o Boletim de Conjuntura Agropecuário (64 ocorrências).

Governo do Estado celebra o Dia Mundial da Alimentação (11 ocorrências).

Análise: O ecossistema midiático do dia mostrou uma estratégia clássica e eficiente de interiorização, baseada na força do rádio como meio de confiança. A SEAB assumiu papel de fonte técnica central, oferecendo previsibilidade ao setor produtivo.

Pontos positivos: O conteúdo do dia reforçou a autoridade técnica do Estado, a regularidade e previsibilidade da informação agropecuária, o compromisso com segurança alimentar e o uso inteligente do rádio como canal de serviço.

Ponto de risco: Podem surgir críticas à concessão das Unidades Armazenadoras do IDR-PR.

Sugestão de ações de comunicação

- A concessão das Unidades Armazenadoras do IDR-PR deve ser apresentada como um marco de modernização administrativa. Do ponto de vista de comunicação institucional, o desafio é explicar que o Estado não está se desfazendo de patrimônio, mas sim viabilizando investimentos que o setor público não teria agilidade para fazer sozinho, garantindo que o pequeno produtor continue tendo onde guardar sua safra. O foco deve ser a modernização logística. O Paraná produz recordes, mas precisa de silos modernos para não perder competitividade. Produzir release sobre o assunto. Pode criar um mapa visual destacando a localização estratégica das unidades que serão concedidas, mostrando elas funcionam como "pulmões" da safra, ligando o interior ao Porto de Paranaguá e às grandes indústrias. Isso ajuda o cidadão a entender a importância técnica da proposta. Para as emissoras de rádio, enviar matéria em áudio, com entrevistas com técnicos do IDR-Paraná explicando que o serviço de armazenagem será mantido e melhorado.

Data: 14/10/ 2025

Foram 224 notícias, trata-se de um dia de altíssimo volume, um dos picos do período analisado, com clara indução de agenda. Foi marcado pelos temas da segurança alimentar e Dia Mundial da Alimentação e da infraestrutura rural e investimentos públicos.

Web: 185 notícias | Impresso: 26 notícias | Rádio: 8 notícias | TV: 4 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Revista Paraná (7 matérias), Oeste Informa (6 matérias), Portal Altônia (6 matérias), Jornale (6 matérias), Jornal Voz do Oeste (5 matérias), Portal de Maringá (5 matérias). Têm capilaridade regional e dialogam com gestores locais, produtores e lideranças.

Pauta dominante

Evento pelo Dia da Segurança Alimentar, com o balanço das ações e o anúncio de investimentos para os municípios da Região Metropolitana de Curitiba (179 ocorrências).

Análise: O dia foi digital, com a web funcionando como motor de repetição e amplificação institucional. Rádio e TV cumpriram papel secundário. A agenda da Secretaria foi amplamente divulgada, com forte indução institucional. O volume elevado e a repetição temática indicam esforço claro de fixação de mensagens-chave, especialmente em torno de segurança alimentar e investimentos estruturantes.

Pontos positivos: Compromisso com segurança alimentar, capacidade de investimento e execução, integração entre políticas sociais e infraestrutura rural, imagem de Estado presente e ativo.

Ponto de risco: Atenção ao protesto dos produtores de leite.

Sugestão de ações de comunicação

- É importante a SEAB dar visibilidade, na produção de releases, sonoras de rádio e postagens nas redes sociais, aos convênios assinados com os municípios. Há muito destaque para a aquisição das máquinas para a melhoria das estradas rurais, mas há outras iniciativas importantes, como construção de estufas, reforma de mercados.
- Ampliar a divulgação dos cursos e oficinas oferecidos pelo IDR-PR, especialmente para as regiões onde serão realizados e nas redes sociais, com postagens direcionadas aos territórios.

Data: 15/10/ 2025

Foram 154 notícias no dia, que apresenta concentração extrema de agenda, organizada em torno de um eixo central da segurança alimentar como ativo reputacional. Os temas secundários foram infraestrutura rural (máquinas) e o desempenho da safra.

Rádio: 88 notícias | Web: 41 notícias | Impresso: 24 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: Rádios comunitárias e regionais do Paraná, que são estratégicas porque têm alcance direto junto à população do interior.

Pauta dominante

Destaque para o índice de segurança alimentar do Paraná (97 ocorrências).

Análise: Foi um dia extremamente eficaz em capilaridade, muito forte para a reputação da SEAB. Funcionou muito bem como dia de afirmação institucional.

Pontos positivos: A agricultura como pilar da segurança alimentar, a atuação do Estado respaldada por dados oficiais nacionais, integração entre política agrícola e política social e presença constante do governo no território.

Pontos de risco: Não foram identificados nesta data.

Sugestão de ações de comunicação

- Explorar os dados sobre a safra recorde de grãos, com ação para as redes sociais. Produzir vídeo de impacto curto e dinâmico com os dados na tela. Também preparar card de liderança nacional, com o 1º lugar em feijão (27,3% do Brasil) e cevada (quase 80% do país).
- Ainda sobre os dados da safra, produzir infográfico animado com o mapa do Paraná, mostrando as regiões e os produtos cultivados e os dados.
- Usar o dado do IBGE como âncora, mas abrir espaço para reportagens explicativas, mostrando como os programas funcionam na prática. É importante alternar indicadores sociais com histórias locais.
- Publicar release sobre o balanço das inscrições no PSS do IDR-PR, com número de inscrições, classificação por gênero etc. Além de reforçar a data de divulgação dos resultados.

Data: 16/10/ 2025

O noticiário do dia, com 87 registros, se organizou em quatro eixos principais, com boa distribuição temática, segurança alimentar e políticas públicas, desempenho produtivo e cadeias estratégicas, sanidade animal e saúde pública, articulação setorial e capacitação. É um dia de agenda plural, com menos repetição e maior densidade de conteúdo.

Web: 61 notícias | Impresso: 15 notícias | Rádio: 6 notícias | TV: 5 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Bom dia Paraná e Meio Dia Paraná), Band Cidade, além da Revista Paraná (4 matérias), Indústria & Comércio (3 matérias), Tribuna do Vale (2 matérias), Página Rural (2 matérias), Bem Paraná (2 matérias) e Nativa Comunitária 87.9 FM (2 matérias).

Pautas dominantes

Segurança alimentar (25 ocorrências).

Crescimento da produção de erva-mate no Estado (13 ocorrências).

Análise: As notícias do dia revelaram uma Secretaria com capacidade de diversificar sua agenda, reduzindo a saturação observada nos dias anteriores. A web assumiu protagonismo, enquanto o impresso ajudou a qualificar o debate e o rádio atua de forma complementar.

Pontos positivos: As notícias do dia reforçaram a integração entre agricultura, saúde e política social, a capacidade técnica do Estado, a valorização de cadeias produtivas regionais, o diálogo com produtores e setores organizados.

Ponto de risco: As demandas do setor leiteiro podem gerar expectativa de respostas rápidas.

Sugestão de ações de comunicação

- Preparar um briefing sintético com respostas a temas sensíveis, como a crise do leite e a sanidade animal.
- O Boletim do Deral teve destaque em relação à produção de erva-mate, vale explorar outros temas da publicação. Produzir release com foco nos dados sobre a produção de carne suína.
- Fazer um reforço na divulgação do concurso da Adapar. O prazo se encerra no fim deste mês.

Data: 17/10/ 2025

O dia contou com 114 notícias, que abordaram segurança alimentar, sanidade animal como rotina e agricultura familiar e desenvolvimento regional.

Web: 86 notícias | Impresso: 19 notícias | Rádio: 6 notícias | TV: 3 notícias

Veículos de destaque: Portais regionais de notícias, rádios comunitárias e regionais e jornais impressos do interior.

Pautas dominantes

Aumento na produção de erva-mate (42 ocorrências).

Crise do leite (12 ocorrências).

Análise: A pauta foi dominada pelos dados da produção de erva-mate, a partir do Boletim do Deral. Ocupou mais de 30% dos registros do clipping.

Pontos positivos: Dados produtivos, coerência e continuidade das políticas, integração produção–sanidade–política social, presença técnica do Estado, reforço da segurança alimentar e da agricultura familiar.

Ponto de risco: As demandas da cadeia produtiva do leite continuam merecendo atenção.

Sugestão de ações de comunicação

- A partir do anúncio do 7º ciclo do Paraná Mais Orgânico, elaborar release sobre a participação do IDR no programa e os resultados obtidos nos ciclos anteriores.
- Criar um infográfico educativo sobre o ciclo da prevenção contra a raiva animal. O tom deve ser de utilidade pública. Um diagrama pode mostrar o ciclo de transmissão (morcego - animal - humano) e as barreiras criadas pelo Estado (monitoramento de abrigos - vacinação - diagnóstico no Laboratório Marcos Enrietti).
- Se houver participação de representantes da SEAB na audiência pública, a ser realizada na Assembleia Legislativa, sobre a crise do leite, alinhar o discurso para divulgar as ações realizadas pelo Governo do Paraná para o setor.

Data: 18/10/ 2025

Foram 33 registros no noticiário do dia, que se organizou em três grandes eixos narrativos. O primeiro da força produtiva do agro paranaense, da ação governamental e investimento público e de temas sensíveis ao setor.

Web: 22 notícias | Impresso: 8 notícias | Rádio: 3 notícias

Veículos de destaque: Jornal da Manhã, Diário do Sudoeste Online, O Presente Online (PR), além de emissoras de rádio regionais, como a Iguassu AM.

Pautas dominantes

Crescimento da produção de erva-mate do Paraná (9 ocorrências).

Crise do leite (5 ocorrências).

Análise: A cobertura foi concentrada em meios digitais, o que ampliou alcance e velocidade de disseminação. Foi também majoritariamente feita por veículos regionais e especializados, o que indica boa capilaridade territorial da comunicação e forte aderência às pautas locais do agro.

Pontos positivos: Clareza na apresentação de investimentos, programas e resultados, credibilidade e institucionalidade, além da valorização do produtor rural e das cadeias produtivas.

Ponto de risco: Audiências públicas motivadas por insatisfação do setor podem gerar repercussão negativa.

Sugestão de ações de comunicação

- Divulgar dados sobre a safra de verão, focando nas áreas plantadas de milho e soja, por exemplo, reforçando a expectativa para a colheita e os novos recordes.
- Nas redes sociais, publicar cards explicativos e vídeos curtos sobre as cadeias produtivas estratégicas do Estado, mostrando o que representam para a economia, o que geral de emprego e renda, o volume da produção.
- Acompanhar o status dos convênios assinados com os municípios da Região Metropolitana de Curitiba para a melhoria das estradas rurais, através da aquisição de máquinas. O andamento das obras rende bom material para as mídias digitais e para produção de releases.

Data: 19/10/ 2025

Foram 28 notícias, que trataram sobre investimentos estruturantes e locais, agricultura familiar e segurança alimentar, crise do leite, produção e clima.

Web: 12 notícias | Impresso: 8 notícias | Rádio: 4 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: Gazeta do Paraná, Tribuna do Norte, Correio do Cidadão (PR), Caminhos do Campo, rádios regionais, como Ouro Verde FM.

Pautas dominantes

A pauta foi bastante diversificada, mas o maior volume de notícias (10 ocorrências) foi em relação aos convênios assinados pela SEAB com os municípios.

Análise: Observou-se aqui uma distribuição mais equilibrada entre meios digitais e eletrônicos (TV e rádio). Isso ampliou a diversidade de públicos atingidos, especialmente o produtor rural e a população do interior, que consomem fortemente rádio e televisão.

Pontos positivos: O noticiário deu ênfase em resultados práticos (mercados, estufas, alimentos nas escolas) e presença do Estado como agente ativo, planejador e executor.

Ponto de risco: As dificuldades da cadeia produtiva do leite podem gerar insatisfação e pressão política.

Sugestão de ações de comunicação

- Elaborar notas técnicas internas simplificadas sobre temas sensíveis, para alinhar discurso de gestores regionais.
- Compartilhar entre os servidores da SEAB e suas vinculadas, semanalmente, um resumo estratégico do noticiário, destacando riscos e oportunidades.
- Produzir vídeos curtos e cards sobre a agricultura familiar e merenda escolar, mostrando o impacto direto dos investimentos nos municípios. Vale usar mapas e gráficos simples para mostrar a capilaridade das ações. É importante que esses vídeos tenham histórias humanas.
- Com a proximidade da COP 30, produzir material sobre a agricultura de baixo carbono, com foco nas ações desenvolvidas pela SEAB e suas vinculadas nesse campo.

Data: 20/10/ 2025

Foram 57 notícias, que trataram sobre força produtiva e liderança agrícola, sanidade animal e saúde pública, segurança alimentar e políticas públicas e educação ambiental e sustentabilidade. O conjunto do dia é majoritariamente positivo, com forte conteúdo institucional.

Web: 28 notícias | Rádio: 15 notícias | Impresso: 9 notícias | TV: 4 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Tribuna da Massa (TV SBT PR), O Presente Rural, Tribuna de Cianorte, Blog do Marcos Junior, além de rádios regionais.

Pautas dominantes

Crescimento da produção de erva-mate do Paraná (7 ocorrências).

Ação da Adapar para proteção dos rebanhos contra a raiva (5 ocorrências).

Análise: A cobertura foi ancorada em veículos regionais e especializados em agro, o que indica comunicação bem direcionada ao público-chave, com forte capilaridade territorial e boa aceitação das pautas institucionais.

Pontos positivos: Uso consistente de dados oficiais e fontes técnicas, clareza na explicação das políticas públicas, associação positiva entre agro, saúde pública e sustentabilidade e valorização do papel do Estado como planejador, regulador e indutor de boas práticas.

Ponto de risco: Apesar do viés positivo das notícias sobre a ação da Adapar em prol da vacinação contra raiva, o tema pode gerar medo ou desinformação se não houver comunicação clara e contínua.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar linhas permanentes de pauta sobre sanidade animal, com foco preventivo e educativo, especialmente para os municípios das regiões mais suscetíveis à doença.
- Ampliar a divulgação do projeto Sementes do Bem Viver, realizado pelo IDR em parceria com a Secretaria da Mulher.

Data: 21/10/ 2025

Foram 137 notícias, com narrativa central de resposta política e institucional à crise, com foco na proteção do produtor paranaense frente à concorrência externa.

Web: 98 notícias | Impresso: 25 notícias | TV: 10 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: O Presente Rural, Sou Agro, Indústria & Comércio Online, que têm como público-alvo produtores rurais, cooperativas e lideranças políticas.

Pautas dominantes

Crise do leite (50 ocorrências), com destaque para a audiência pública na Alep.

Ação do Outubro Rosa nas Ceasas (23 ocorrências).

Análise: Houve uma concentração no meio digital, responsável por cerca de 72% da cobertura. O impresso manteve peso relevante (18%), enquanto TV e rádio apareceram de forma complementar, geralmente associados a pautas de interesse social mais amplo.

Pontos positivos: O conteúdo das notícias promoveu a associação positiva entre agro e saúde pública, educação, sustentabilidade. Também apresentou ações concretas e visíveis (serviços, campanhas, programas).

Ponto de risco: O tema sensível são as demandas dos produtores de leite.

Sugestão de ações de comunicação

- Criar linha técnica própria em relação à crise do leite, com diagnóstico da Secretaria, medidas já adotadas, limites de atuação e próximos passos. Não deixar a narrativa restrita ao Legislativo, caso haja pertinência política. O objetivo é fortalecer a imagem da SEAB como proativa e com atuação em defesa do agro paranaense.
- Reforçar a divulgação da abertura das inscrições para a Feira Sabores do Paraná- Edição Show Rural Coopavel 2026.
- Há uma preocupação dos produtores de trigo por causa das chuvas, então, vale informar como a SEAB pode ajudá-los com orientação para proteção das lavouras e, em caso de danos na produção, como pode contribuir para atravessar o momento difícil.

Data: 22/10/ 2025

Foram 74 notícias, com a maior parte dos registros relacionados à crise do leite e reação institucional. Forte presença de títulos ligados a audiências públicas e proteção do produtor. O foco é a mobilização política e institucional, com o Legislativo ocupando papel central.

Web: 40 notícias | Impresso: 18 notícias | Rádio: 12 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: Correio do Povo do Paraná, Notícias Agrícolas (SP), Bem Paraná, O Paraná / O Paraná Online, rádios regionais (Ouro Verde FM, Campo Aberto FM, Bom Jesus FM) e Umuarama Ilustrado. Esses veículos atingem diretamente com produtores rurais, cooperativas, gestores públicos locais e lideranças políticas e técnicas do agro.

Pauta dominante

Crise do leite (36 ocorrências), com destaque para aprovação do projeto de lei que proíbe a reconstituição de produtos lácteos de origem importada no PR.

Análise: O meio web concentrou mais da metade da cobertura, seguido por impresso e rádio. A presença do rádio reforçou a capilaridade da pauta junto ao interior, enquanto a TV atuou de forma mais seletiva. A Secretaria de Agricultura apareceu pouco como fonte protagonista na crise do leite. O espaço está sendo ocupado majoritariamente pela Alep.

Pontos positivos: As matérias apontaram para forte associação entre agro e políticas sociais, o uso de dados concretos e resultados mensuráveis, além da valorização da sanidade, certificação e qualificação técnica.

Ponto de risco: Atenção às demandas do setor leiteiro.

Sugestão de ações de comunicação

- Preparar campanha interna pelo Novembro Azul, de conscientização pela saúde do homem. Uma ação que pode ser realizada é a realização de palestras rápidas, em parceria com a Secretaria da Saúde, com orientação sobre prevenção. Além disso, incentivar que em uma sexta-feira de novembro, todas as equipes regionais vistam azul e tirem uma foto coletiva para as redes sociais internas, simbolizando a união pela causa.Também pode ser idealizada uma campanha da SEAB pela saúde do homem do campo. Por exemplo, aproveitar o momento em que o fiscal da Adapar está na propriedade rural para a entrega de um material informativo. E repetir a ação realizada nas Ceasas pelo Outubro Rosa, mas com foco no público masculino.

Data: 23/10/ 2025

O clipping registrou 95 notícias, com a maior parte das notícias sobre a produção agropecuária especializada e valor agregado. A camomila é o principal ativo narrativo do agro no dia. Além disso, apareceram temas institucionais e setoriais pontuais.

Web: 75 notícias | Impresso: 12 notícias | Rádio: 6 notícias | TV: 2 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná (6 matérias), Jornal do Ônibus Curitiba Online (3 matérias), Jornale (3 matérias), Página Rural (RS), O Paraná, O Poder Econômico (SP).

Pautas dominantes

Consolidação da produção de camomila, segundo dados do Deral (25 ocorrências).

Crise do leite (11 ocorrências).

Análise: Houve concentração no meio digital (79%). O dia foi favorável à imagem institucional do setor agropecuário. O foco em cadeias específicas, como da camomila, foi um ativo narrativo poderoso.

Pontos positivos: O conteúdo das matérias apontou para o uso consistente de dados econômicos e números concretos. Associação do agro à inovação, ao desenvolvimento regional e à geração de renda.

Ponto de risco: É preciso continuar a ter atenção ao setor leiteiro e suas demandas.

Sugestão de ações de comunicação

- Realizar ampla divulgação da Rota Turística do Morango Paranaense, sugerindo a pauta para os veículos de imprensa ligados ao turismo, inclusive para a TV Paraná Turismo. Também vale criar um guia digital sobre as atrações da nova rota, com a indicação das propriedades, suas características, atrativos e diferenciais. Além de postar nas redes sociais.
- Além de guias digitais específicos por rota turística, como da Lavanda, do Café, elaborar um guia geral sobre a iniciativa. Pode ser também em formato digital, mas pode ser feita uma publicação em papel para distribuição nos principais centros de turismo do Estado.
- Ainda sobre o novo Boletim Conjuntural, vale elaborar releases com foco nas exportações de carne bovina pelo Paraná, que bateram novo recorde mensal. Também rende ótimo material para as redes sociais, com cards apresentando os dados ou vídeo curto explicativo com fala de representante do Deral.

Data: 24/10/ 2025

O noticiário, com 97 registros no clipping do dia, se organiza em quatro eixos. O primeiro relacionado à liderança produtiva e especialização agrícola, o segundo sobre a defesa de cadeias produtivas sensíveis, o terceiro relacionado a eventos técnicos e difusão de conhecimento e o último à infraestrutura e competitividade. O tom geral do dia é majoritariamente positivo, com alertas setoriais bem delimitados.

Web: 72 notícias | Impresso: 12 notícias | Rádio: 9 notícias | TV: 4 notícias

Veículos de destaque: Revista Paraná (15 matérias), Gazeta do Paraná Online (5 matérias), Tarobá News (3 matérias), além do Diário do Noroeste, Radar Digital Brasília (DF), Rádio Jovem Pan News Curitiba (PR).

Pautas dominantes

Consolidação da produção de camomila, segundo dados do Deral (22 ocorrências).

Possível inclusão da tilápia em lista de espécies invasoras (7 ocorrências)

Análise: Houve predominância absoluta do meio digital (74%), indicando forte replicação automática de conteúdo, o que gerou boa absorção de pautas técnicas e produtivas.

Pontos positivos: Associação do agro a desenvolvimento regional, geração de renda, especialização produtiva, além da presença de eventos técnicos e informação qualificada.

Ponto de risco: O impacto da decisão federal em relação à tilápia.

Sugestão de ações de comunicação

- Nas redes sociais, postar carrossel sobre a produção de camomila, com imagens da plantação, histórias de produtores e os dados.
- Elaborar nota técnica sobre a produção de tilápia e a repercussão da medida federal para subsidiar o discurso dos gestores da SEAB e vinculadas.
- Criar um vídeo mostrando a cadeia produtiva no Oeste do Estado (região mais afetada), mostrando que a tilápia é produzida em sistemas controlados, com licença do Ibama há 25 anos, e gera milhares de empregos diretos e indiretos.
- Preparar release sobre as ações em andamento na SEAB em relação à possível inclusão da tilápia em lista de espécies invasoras.

Data: 25/10/ 2025

Foram 42 notícias no clipping do dia, com foco na produção agropecuária e desempenho econômico, defesa de cadeias produtivas sensíveis, infraestrutura e apoio aos municípios e gestão pública e políticas locais. O dia não é dominado por um único assunto, o que reduz risco reputacional concentrado.

Impresso: 20 notícias | Web: 10 notícias | TV: 6 notícias | Rádio: 3 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Gazeta do Paraná, Iguassu AM 830, Negócios da Terra, com penetração conectados ao interior do Estado, com audiência direta entre produtores rurais, gestores locais e lideranças regionais.

Pautas dominantes

Consolidação da produção de camomila, segundo dados do Deral (5 ocorrências).

Convênios (5 ocorrências)

Análise: Houve predominância do meio digital, mas com participação relevante do impresso e da TV. A Secretaria apareceu como ator técnico próximo do território. Há oportunidade de transformar pautas locais em narrativas estaduais, ampliando alcance.

Pontos positivos: Valorização de ações práticas, presença institucional da Secretaria como gestora e articuladora, não apenas anunciante. A imagem construída é de Secretaria técnica, presente no território e orientada a resultados.

Ponto de risco: Tilápia e regulação federal, que pode gerar ruído se não houver explicação contínua.

Sugestão de ações de comunicação

- Produzir material para as mídias sociais, com vídeos curtos com produtores de queijo, embutidos ou mel, que receberam o SUSAF-PR. Também vale fazer um mapa interativo no site da SEAB, mostrando quais municípios já aderiram.
- Ampliar a divulgação sobre as projeções para o plantio de soja para a safra de verão a partir dos dados do Deral.
- Reforçar a divulgação do novo selo 100% ISO 14001 da Ceasa Paraná. O foco é mostrar que o Paraná tem a rede de abastecimento mais sustentável do Brasil.

Data: 26/10/ 2025

Foram 32 notícias no dia, com foco na sanidade, certificação e qualidade produtiva (eixo dominante), valor agregado e agroindústria, políticas públicas e programas estruturantes. Não há tema dominante de crise neste dia, o que reduz risco reputacional.

Web: 18 notícias | Impresso: 5 notícias | TV: 5 notícias | Rádio: 4 notícias

Veículos de destaque: Tarobá News (PR), Caminhos do Campo (PR), Gazeta do Paraná (PR), Gazeta de Toledo Online (PR), Gazeta do Povo Online (PR).

Pautas dominantes

Adapar certifica 27 produtores da região do Norte Pioneiro (4 ocorrências).

Crise do leite (4 ocorrências).

Análise: Houve predominância do meio digital, mas com equilíbrio relevante entre TV, rádio e impresso. Dias como este são ideais para fortalecer a imagem técnica da Secretaria. A Adapar apareceu como ativo institucional relevante. Há oportunidade de ampliar a visibilidade dessas pautas em veículos estaduais de maior alcance.

Pontos positivos: As notícias do dia tiveram associação entre agro e qualidade, certificação, segurança sanitária, além da valorização de programas contínuos, não apenas ações emergenciais.

Pontos de risco: Não identificados nesta data.

Sugestão de ações de comunicação

- Reforçar a divulgação do Deral dos dados sobre a produção de cevada no Estado. Vale produzir vídeos curtos para as mídias sociais sobre os números, mas também com detalhes sobre a produção.
- Produzir um infográfico sobre o ciclo sustentável do alimento. Mostrar como a Ceasa trata o que antes era "lixo" e transforma em valor (compostagem, doação de alimentos via Banco de Alimentos, reciclagem).
- Com proximidade do fim do prazo para a inscrição no concurso da Adapar, reforçar a comunicação a partir de divulgação de releases e de posts nas redes sociais.

Data: 27/10/ 2025

O noticiário, com 110 registros no clipping do dia, foi concentrado no concurso público da Adapar, respondendo por mais de um terço de todas as matérias. Além disso, há notícias nos eixos de agenda institucional e eventos e de pautas produtivas e econômicas.

Web: 92 notícias| Rádio: 8 notícias | Impresso: 7 notícias | TV: 2 notícias | Revista: 1 notícia

Veículos de destaque: Os que tiveram maior recorrência no dia foram Revista Paraná (6 matérias), Alerta Paraná (3 matérias), Folha de Curitiba (3 matérias), Gazeta do Povo Online (3 matérias).

Pautas dominantes

Concurso da Adapar (46 ocorrências)

Anúncio da participação do governador Ratinho Júnior na Avesui (10 ocorrências).

Análise: Houve concentração do meio digital, com 84% das notícias. Foi um dia positivo do ponto de vista institucional, com grande visibilidade e narrativa favorável.

Pontos positivos: A Adapar apareceu como ativo institucional central. O volume elevado em torno do concurso gera visibilidade positiva. Há oportunidade de amarrar o concurso a uma narrativa maior, de fortalecimento da defesa agropecuária.

Ponto de risco: Em relação ao concurso da Adapar, há necessidade de comunicação clara sobre etapas, prazos, número de vagas, atribuições.

Sugestão de ações de comunicação

- Preparar material, para as redes sociais, sobre o concurso da Adapar, com informações sobre horários, locais de prova, cartão de inscrição. A postagem deve prestar serviço aos candidatos que farão a prova e ser feita na véspera do certame.
- Produzir material, como releases e postagens nas redes sociais, sobre a participação da SEAB na AveSui. Também sugerir pauta com os dados do Deral sobre o setor para veículos de comunicação estratégicos.
- As notícias sobre produtos com Indicação Geográfica chamam a atenção. Vale produzir material sobre a acerola de Pérola, com informações sobre a fruta, a produção, história dos agricultores e números do setor. O conteúdo pode ser utilizado em releases e nas redes sociais.

Data: 28/10/ 2025

Foram 223 notícias no dia, marcadas pela agenda institucional e investimentos do Governo, pelo agro como motor econômico, valorização de produtos e territórios e reforço institucional. O tom geral do dia é fortemente positivo e institucional, com protagonismo do Executivo.

Web: 171 notícias | Impresso: 21 notícias | Rádio: 18 notícias | TV: 11 notícias | Revista: 2 notícias

Veículos de destaque: TV Record (RIC Notícias Manhã, Balanço Geral), TV Bandeirantes (Jornal Tarobá 2ª Ed), TV SBT (Tribuna da Massa), TV Globo (Meio Dia Paraná, de Cascavel), além dos portais Revista Paraná e Bem Paraná.

Pautas dominantes

AveSui (93 ocorrências), com destaque para a participação do governador Ratinho Júnior.

Indicação Geográfica para as ostras do Cabaraquara (41 ocorrências)

Concurso da Adapar (13 ocorrências).

Análise: O dia foi marcado por predomínio absoluto do meio digital (77%), com forte amplificação de agendas oficiais. Houve demonstração de articulação entre agenda política e agenda do agro e uso intenso de portais digitais para replicação. O agro apareceu ancorado na agenda do governador, o que ampliou a visibilidade.

Pontos positivos: Uso consistente de dados, valores e informações concretas. Associação do agro a desenvolvimento econômico, exportações, qualidade e certificação, presença institucional forte e coordenada.

Pontos de risco: A Secretaria apareceu muitas vezes subordinada à agenda política.

Sugestão de ações de comunicação

- Explorar a conquista das ostras de Cabaraquara como 22º produto do Paraná a conquistar Indicação Geográfica. Rende excelente material para programas televisivos, redes sociais e releases.
- Com vídeos curtos e infográficos, criar conteúdos próprios sobre o que é Indicação Geográfica e por que importa e sobre como o Paraná lidera a produção de proteína animal.

Data: 29/10/ 2025

Foram 102 registros no clipping do dia. As notícias estão estruturadas em três eixos principais: proteína animal e exportações, eventos do agro e protagonismo do Paraná e valor agregado e estrutura institucional. Eles complementam a narrativa de um agro moderno, estruturado e institucionalmente fortalecido.

Web: 41 notícias | Impresso: 30 notícias | Rádio: 26 notícias | TV: 5 notícias

Veículos de destaque: TV Globo (Bom Dia Paraná), SBT (Primeiro Impacto), TV Record (RIC Notícias), TV Bandeirantes (Primeira Hora Cascavel).

Pautas dominantes

Retomada das exportações de frango para a Malásia (23 ocorrências).

AveSui (23 ocorrências), ainda com destaque para a participação do governador Ratinho Jr.

Indicação Geográfica para as ostras do Cabaraquara (13 ocorrências)

Análise: Observou-se uma distribuição mais equilibrada entre web, impresso e rádio.

O rádio teve participação expressiva (25%), indicando forte capilaridade junto ao interior e ao produtor rural, enquanto o impresso manteve peso relevante para legitimação institucional.

Pontos positivos: O conteúdo das matérias evidenciou o uso de dados econômicos e fatos concretos. Fez associação direta entre ação governamental, desempenho do agro e benefícios econômicos ao Estado.

Ponto de risco: Atenção à insatisfação dos produtores de leite permanece.

Sugestão de ações de comunicação

- A divulgação das cotações de preços da Ceasa são importantes para os produtores, comerciantes e consumidores, por isso, recomenda-se o reforço dessa prestação de serviço. No lugar de publicar uma lista longa, produzir um gráfico visual que indica o que está em alta, estável ou em queda, uma espécie de termômetro de preços Ceasa, com divulgação semanal. Na mesma estratégia, produzir um card vertical, fácil de ler e compartilhar em grupos de família e de bairros, com o título "O que levar para casa esta semana?" e, então, elencar o top 3 da economia, com os produtos com maior redução e acrescentar uma dica nutricional sobre o benefício do produto da semana.

Data: 30/10/ 2025

O dia contou com 95 notícias. O noticiário foi dominado por um único eixo, os dados do Deral sobre a safra de trigo e produtividade. De forma coadjuvante, apareceram matérias sobre o ambiente regulatório e sustentabilidade produtiva e a infraestrutura e comércio exterior.

Web: 76 notícias| Impresso: 9 notícias | Rádio: 9 notícias | TV: 1 notícia

Veículos de destaque: TV Globo (Meio Dia Paraná), além de portais digitais e rádios regionais e estaduais e veículos especializados em agro.

Pautas dominantes

Colheita do trigo aponta para safra com recorde de produtividade no Paraná (43 ocorrências).

Alep aprova lei para preservar recursos hídricos e aumentar a competitividade do setor produtivo (11 ocorrências).

Análise: O meio digital respondeu por 80% da cobertura. Os dados de safra são ativos narrativos de alto impacto. A Secretaria apareceu como fonte técnica confiável, mesmo quando não é explicitamente citada. Há oportunidade de reforçar o protagonismo institucional por meio de explicações técnicas adicionais.

Pontos positivos: O conteúdo das matérias evidenciou o uso de indicadores objetivos e fontes oficiais e associaram a Secretaria a planejamento, eficiência e segurança alimentar.

Pontos de risco: A safra recorde pode gerar expectativas futuras elevadas e comparações negativas em caso de quebra futura.

Sugestão de ações de comunicação

- Desdobrar a pauta da safra em explicações técnicas, com informações sobre clima, tecnologia, manejo, além do papel da Secretaria na assistência e no monitoramento.
- Preparar respostas da SEAB sobre sustentabilidade e riscos climáticos.
- Para as redes sociais, preparar infográficos para mostrar a evolução da produtividade, fazer comparação histórica. Também produzir vídeos curtos explicando o porquê da safra recorde.

Data: 31/10/ 2025

Foram 71 notícias no clipping do dia. O noticiário se estrutura em três eixos principais, o da safra e produtividade agrícola (dominante), o da segurança jurídica e ambiente regulatório e o de temas setoriais sensíveis e estruturais.

Web: 44 notícias | Rádio: 13 notícias | TV: 7 notícias | Impresso: 7 notícias

Veículos de destaque: Portais digitais regionais, rádios do interior e veículos especializados em agro.

Pauta dominante

Colheita do trigo aponta para safra com recorde de produtividade no Paraná (22 ocorrências).

Análise: O meio digital seguiu dominante (62%), mas chama atenção a presença expressiva do rádio, confirmando sua importância como canal prioritário para o público rural e interiorano. TV e impresso apareceram equilibrados, com função de legitimação e alcance institucional. A cobertura do dia trouxe a continuidade da pauta técnica da safra.

Pontos positivos: Predominância de dados e fontes técnicas. Associação da Secretaria a planejamento, previsibilidade, defesa do produtor.

Pontos de risco: Crise do leite é pontual, mas pode ganhar força em novos ciclos. E o debate ambiental sobre a tilápia é um tema mais complexo, com possibilidade de polarização se não houver explicação qualificada.

Sugestão de ações de comunicação

- Alinhar discurso entre a Secretaria e suas vinculadas no sentido de preparar as equipes para responder sobre crise do leite e a regulação ambiental.
- Retomar a divulgação do RenovaPR, que está há semanas fora do noticiário. Pode ser divulgado um release sobre o volume de energia gerado pelo programa e a economia para os produtores. Esse material pode ser utilizado também nas redes sociais.

Partners
Comunicação

**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação, integrante do caderno nº 2 – Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada, e confirmo que o conteúdo foi desenvolvido pela Partners Comunicação Integrada Ltda.

Belo Horizonte, 22 de janeiro de 2026.

Ana Paula de Azeredo Soares – CPF: 115.495.286-02

Representante legal – Partners Comunicação Integrada

Partners
Comunicação