

Secretaria da Comunicação torna Verão Maior Paraná 2023/2024 case de sucesso nacional

A Secretaria da Comunicação do Paraná (Secom) foi diretamente responsável por alguns dos grandes números do Verão Maior Paraná 2023/2024, programa estadual de entretenimento, shows gratuitos nas praias e oferta de serviços na temporada.

O impacto financeiro estimado no PIB do Estado foi de R\$ 107,6 milhões, além de aumento de R\$ 6 milhões em arrecadação de ICMS, 1.400 postos de trabalho gerados e 6.400 novas empresas abertas, principalmente MEIs, de acordo com um estudo do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes).

Os sete municípios do Litoral reuniram 4 milhões de turistas, 1.169% a mais do que a própria população da região, estimulados por uma ampla programação musical divulgada em todo o Brasil em vários formatos, passando pela mídia espontânea (imprensa local e nacional), campanhas de marketing, ações nas redes sociais e parcerias para transmissão ao vivo em emissoras de alcance nacional, como a Band.

Os shows de Simone Mendes, Luan Santana, Raça Negra, Jorge e Mateus, Zezé di Camargo e Luciano, Hugo e Guilherme, Roupas Nova, Chiclete com Banana, Dudu Nobre, entre outros, foram assistidos por 1 milhão de pessoas in loco em Matinhos e Pontal do Paraná.

A Secom fechou uma parceria com o Grupo Bandeirantes para transmissão in loco dos shows, alcançando 10 milhões de telespectadores, sendo que o Verão Maior Paraná foi o 8º programa mais assistido nas sextas-feiras no período de realização (janeiro/fevereiro), crescimento de 9% no Ibope, segundo a Kantar Media.

Nas rádios BandFM e Rede Nativa, que integram o grupo, foram impactados mais de 1 milhão de ouvintes durante as transmissões dos eventos. Foram mensuradas seis horas e trinta minutos de cobertura nacional, apresentando o Paraná e sua marca, o Verão Maior, para todo o Brasil. A marca, antes local, nacionalizou-se.

O Verão Maior Paraná e suas atrações ainda tiveram transmissão de outras três emissoras de televisão e uma rádio. A TV Paraná Turismo, que pertence à Secom, teve 2.500 minutos de cobertura, resultando no aumento de audiência de 29,8% em relação ao ano anterior. A TVCI, emissora do Litoral, e Euronews, de Curitiba, também realizaram as transmissões dos shows, assim como a Rádio Educativa FM.

Tudo isso só foi possível porque um time de mais de 70 pessoas trabalhou em várias missões para atrair grandes públicos. Foram produzidas 250 matérias, mais de 200 boletins de rádio e 91 vídeoreleases pela Agência Estadual de Notícias (AEN), vinculada à Secom, resultando em

4.110 matérias veiculadas na imprensa de todo o Brasil (veículos impressos, digitais, rádio e TV), com um alcance de 49 milhões de público.

Além disso, o Estado também investiu R\$ 5,6 milhões em mídia e campanhas com grandes estrelas nacionais, como Giba, campeão olímpico de vôlei 2004, veiculadas nas principais praças do Brasil, e impulsionamento de posts em redes sociais e trabalho direcionado em perfis de influenciadores. Uma produtora foi contratada para produzir vídeos dos shows para circulação orgânica na internet, com apoio das redes sociais dos artistas, estratégia que deu resultado com o aumento no alcance, interação e número de seguidores nas redes do Governo do Estado.

O Verão Maior Paraná é um evento que acontece todos os anos, mas pela primeira vez ganhou uma estrutura de serviços públicos condizente com a importância da região. Além dos shows, o evento contou com diversas ações esportivas, entre elas uma etapa do Circuito Mundial de Beach Tennis, culturais (cinema, circo e apresentações de bandas paranaenses em palcos menores) e reforço operacional em cidadania (saúde, segurança e educação no trânsito, por exemplo).

A Secom criou e executou um plano de comunicação que envolveu, do começo ao fim, uma integração completa das equipes de jornalismo, publicidade e conteúdos digitais. Esse plano potencializou as ações do Governo do Paraná na seara de entretenimento e deu visibilidade a obras (nova Orla de Matinhos) e projetos multissetoriais (reabertura da temporada de cruzeiros internacionais, com navios da MSC com escala no Porto de Paranaguá, a poucos quilômetros dos shows).

O resultado foi importante para reforçar a importância da comunicação pública e de como ela pode ser uma aliada para a imagem de entidades governamentais.

Além disso, a marca Verão Maior Paraná hoje é referência para o turismo e para o meio artístico, como o Festival de Verão de Salvador. A Secom já foi procurada por duas emissoras nacionais para transmissões ao vivo da temporada 2024/2025, o que demonstra o sucesso do case que nacionalizou a marca Verão Maior Paraná.