

# Briefing: Comunicação Estratégica e Gestão de Mídias no Setor Público

## Sumário Executivo

Este documento sintetiza as diretrizes e insights apresentados pela diretora da RG Estratégia Digital, especialista com 15 anos de experiência em marketing digital e uma década de atuação direta no setor público. O foco central é a transição da teoria para soluções práticas no dia a dia das instituições governamentais (Câmaras e Prefeituras), especialmente em municípios de pequeno e médio porte. Os pontos de maior criticidade identificados são:

- **Conformidade Legal:** O uso de redes institucionais para autopromoção de gestores (prefeitos, secretários, presidentes de câmara) é ilegal e configura improbidade administrativa.
- **Profissionalização da Equipe:** Servidores públicos não devem gerenciar contas pessoais de políticos; essa separação é fundamental para evitar multas e sanções do Ministério Público.
- **Estratégia de Público:** Não existe "melhor rede social" universal; a escolha da plataforma deve ser ditada pela faixa etária e hábitos da população local.
- **Identidade Visual e Branding:** A consistência estética (cores, fontes e formatos) é o que gera autoridade e reconhecimento imediato da instituição pela sociedade.

## 1. Missão e Contexto Institucional

A comunicação no setor público é apresentada como o elo vital entre o poder e a sociedade. Frequentemente subestimada em favor de pastas como Saúde e Educação, a comunicação é, na verdade, a ferramenta que valida e dá visibilidade a essas áreas.

- **Abordagem Prática:** A metodologia foca em quem lida com pressão, prazos curtos, limitações operacionais e expectativas políticas.
- **Valorização do Pequeno Município:** Municípios pequenos podem alcançar resultados de excelência (casos de selo ouro em transparência e melhores índices de saúde) quando a gestão está integrada a uma comunicação eficiente.

## 2. Bases Legais e Ética na Comunicação Pública

A conformidade com a legislação brasileira de marketing político e eleitoral é o pilar de segurança para qualquer servidor da área.

### Restrições de Imagem e Autopromoção

- **Proibição em Redes Institucionais:** Prefeitos, vice-prefeitos, secretários e presidentes de câmaras não podem aparecer nas redes sociais da instituição para fins de autopromoção. A rede institucional serve exclusivamente para informação à população.
- **Riscos Jurídicos:** O uso indevido pode levar a processos de improbidade administrativa. O Ministério Público tem utilizado o rastreamento de IPs para comprovar se servidores públicos, em horário de trabalho e estrutura estatal, estão gerindo perfis privados de políticos.

- **Separação de Funções:** É vedado ao servidor público cuidar da rede social pessoal do gestor. Casos de denúncia têm resultado em multas pesadas para os políticos envolvidos.

#### Alternativas de Humanização

Para evitar a frieza de conteúdos puramente estáticos sem infringir a lei:

- **Uso de Inteligência Artificial:** Criação de "mascotes" para interagir com o público.
- **Foco no Serviço:** Mostrar o trabalho (ex: máquinas operando, indicadores de saúde) em vez de focar na figura do gestor.
- **Uso de Servidores:** Funcionários podem aparecer em conteúdos informativos (ex: agentes de limpeza, técnicos), desde que não haja foco em diretores ou secretários de forma promocional.

### 3. Análise Estratégica de Redes Sociais

A escolha das plataformas deve ser baseada nos recursos disponíveis (equipe, tempo e equipamentos) e no perfil do eleitorado/cidadão. | Plataforma | Perfil de Público e Uso | Pontos de Atenção || ----- | ----- | ----- || **Instagram** | Público jovem até 65 anos. Foco em imagem e vídeos curtos. | Exige alta constância e vídeos na vertical (Reels). || **Facebook** | Público mais idoso e aposentados. | Engajamento em queda, mas ainda relevante para textos longos. || **WhatsApp** | Canal direto de mobilização e escuta da base. | Risco de banimento por novas regras da Meta; requer cuidado. || **YouTube** | Repositório para vídeos longos e registros de eventos. | Baixo hábito de acesso direto; funciona via compartilhamento de links. || **TikTok** | Público muito específico. | Pouco indicado para o perfil institucional sério. |

#### Estratégia de Momento

Instituições devem aproveitar eventos do calendário local (como o exemplo do "Forró Olinda") para impulsionar a rede. Momentos de alto tráfego orgânico devem ser usados para intercalar informações de serviços e fortalecer a imagem da gestão.

### 4. Branding e Identidade Visual

O branding no setor público não é apenas estética, mas a construção de confiança e coerência.

- **Consistência Visual:** O uso padronizado de paleta de cores e tipografia permite que o cidadão identifique a fonte da informação apenas pela "estética" do post no feed.
- **Formatos Adaptados:** O padrão atual exige vídeos na **vertical**. Produções na horizontal são consideradas obsoletas para o consumo em dispositivos móveis e prejudicam o engajamento.
- **Tom de Voz:** Deve variar conforme o conteúdo.
- *Institucional:* Sério e formal para projetos de lei e editais.
- *Comunitário:* Popular e descontraído para serviços úteis (ex: cronograma de coleta de lixo).

## 5. Ferramentas e Otimização de Processos

A utilização de tecnologia é essencial para equipes pequenas que acumulam múltiplas funções.

- **Canva:** Democratização do design para criação de cards e artes sem necessidade de software complexo.
- **Trello:** Gestão de fluxo de trabalho e planejamento de postagens.
- **Inteligência Artificial (ChatGPT e Gemini):** Uso para criação de *prompts* de imagem e auxílio na redação de textos.
- **Identificação de IA:** É mandatório, por transparência e regras das plataformas, identificar quando um conteúdo foi gerado por inteligência artificial, especialmente em contextos institucionais e de campanha.

## 6. Citações Relevantes

"Comunicação não é apenas técnica; é o elo entre o poder público e a sociedade." "O prefeito não pode utilizar a rede social da instituição para se autopromover. A rede da instituição é a nível de informação para a população." "A estética visual comunica profissionalismo e estabilidade. Repetição gera reconhecimento."