

Comunicação Institucional e Redes para o Setor Público

Objetivo Geral

Capacitar agentes públicos a desenvolver uma comunicação institucional ética, clara e estratégica, com foco em redes sociais, transparência e fortalecimento da imagem pública do órgão ou mandato.

Público-Alvo

- Prefeitos(as), vereadores(as) e secretários(as)
- Assessores de comunicação
- Servidores que administram perfis institucionais
- Equipes de marketing digital do setor público
- Estagiários de mídia e design

Modalidade

Presencial.

Carga Horária

06 horas.

Materiais e Recursos Didáticos

- Apostila com princípios da comunicação pública e orientações práticas
- Tabela do que pode e não pode ser postado institucionalmente
- Slides com fluxograma
- Certificado de participação
- Material personalizado Primore

Módulos

Módulo 1 – Fundamentos da Comunicação Pública no Setor Governamental

- Diferenças entre comunicação institucional, política e pessoal no serviço público
- Princípios da comunicação oficial: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência
- Como aplicar os princípios da administração pública à linguagem e imagem nas mídias digitais
- A importância da credibilidade institucional, da transparência ativa e da responsabilização comunicacional

Módulo 2 – Redes Sociais e o Poder da Narrativa Pública

- Panorama das principais plataformas (Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, TikTok): quando usar cada uma e com qual objetivo institucional
- O que pode e o que jamais deve ser publicado em nome de órgãos, mandatos ou equipes públicas
- Criação de conteúdos informativos com linguagem acessível, inclusiva e orientada ao interesse público
- Estratégias para manter coerência visual, textual e institucional nas redes
- Construção de calendário editorial estratégico com base em datas oficiais, marcos do mandato e pautas de interesse social
- Como adaptar e distribuir o mesmo conteúdo para diferentes canais de forma eficiente e legalmente segura

Módulo 3 – Gestão de Crises e Atendimento ao Cidadão

- Como responder a críticas e conflitos com clareza, empatia e respaldo legal
- Riscos jurídicos e administrativos da má condução de crises digitais
- Boas práticas no uso de directs, comentários, stories e grupos
- Erros mais comuns em momentos de crise institucional – e como evitá-los com estratégia
- Como preparar um plano de crise digital e institucional

Módulo 4 – Oficina de Identidade Institucional Digital

- Análise e avaliação de perfis institucionais: diagnóstico, pontos de melhoria e boas práticas
- Identidade visual na comunicação pública: coerência, padronização e acessibilidade digital
- Checklist de um post institucional: o que revisar antes de publicar
- Ferramentas simples e gratuitas para organizar, agendar e monitorar conteúdo