

# COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL e INTERESSE PÚBLICO

estratégias e práticas



# COMUNICAÇÃO PÚBLICA

## Problemas frequentes

- Centrada na instituição e dirigentes e **não** nas políticas públicas e no cidadão
- Importância, papel e potencial **pouco compreendidos**
- Profissionais como **tarefeiros**, não como estrategistas
- **Pouca articulação** com dirigentes
- Comunicação **não é** responsabilidade de todos
- Vista como **operação de fim-de-linha**
- Falta de **estrutura e recursos**

# COMUNICAÇÃO PÚBLICA

## Problemas frequentes

- Pouco **empreendedorismo**, pouca **iniciativa**
- Instabilidade, descontinuidade. **Visão de curto prazo**
- **Improvisação**, falta de estratégias e planejamento
- Comunicação tratada como **divulgação**
- Visão **fragmentada**, segmentada, pontual, corporativista
- Pouca cultura de comunicação nas organizações
- **Falta de normatização** e políticas formais

# Assembleias Legislativas

## Questões críticas 2023

- Conexão com a Sociedade
- Integração das equipes
- Condições na Estrutura
- Relações com dirigentes

*Pesquisa com 7 lideranças de comunicação de Als. 2023. In: Desafios na gestão da comunicação em assembleias legislativas. In: Wilson da Costa Bueno. (Org.). O Jornalismo na Comunicação Organizacional: temáticas emergentes. 1ed. São Paulo, SP: JORCOM/Comtexto Comunicação e Pesquisa, 2023, v. 1, p. 91-114. Pesquisa turma de pós-graduação da PUC-MG, disciplina Estratégias em Comunicação Pública do curso Comunicação Pública e Governamental.*

# Papéis da Comunicação e do comunicador

Contribuir para a viabilização das políticas públicas

Apoiar o cidadão em sua relação com o Estado, incluindo Utilidade Pública

Qualificar os processos de comunicação (informação e interação)

Expressar conceitos e ações da organização

# Diretrizes da Secom/PR

- O cidadão tem **direito à informação**, base para o exercício da cidadania
- O Estado tem o **dever de informar**
- Zelo pelo conteúdo **informativo, educativo** e de **orientação social**
- A CP **não** deve se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos
- Promover o **diálogo** e a interatividade
- Estímulo ao **envolvimento** do cidadão com as políticas públicas
- Serviços Públicos têm que ser oferecidos com **qualidade comunicativa**
- CP tem que se basear na **ética**, na **transparência** e na **verdade**



# **7 BOAS PRÁTICAS**



# 1. De volta ao básico

*Comunicação é mais do que  
distribuir informação*





# 2. Comunicação com Propósito

*Visão, objetivo, causa*





# **3. Comunicação com estratégia**

*Diagnóstico, foco no relevante*





# **4. Suporte às políticas públicas**

*Conectar com as lideranças*





# **5. Comunicação com visão única**

*Visão global, sistêmica, integrada*





# **6. Desempenho e influência**

*Comunicar sobre comunicação*

*Articular com outras áreas, capacitar*





# **7. Assumir protagonismo**

*A liderança e a responsabilidade*

*Do Modo Manutenção para o Modo Avanço*



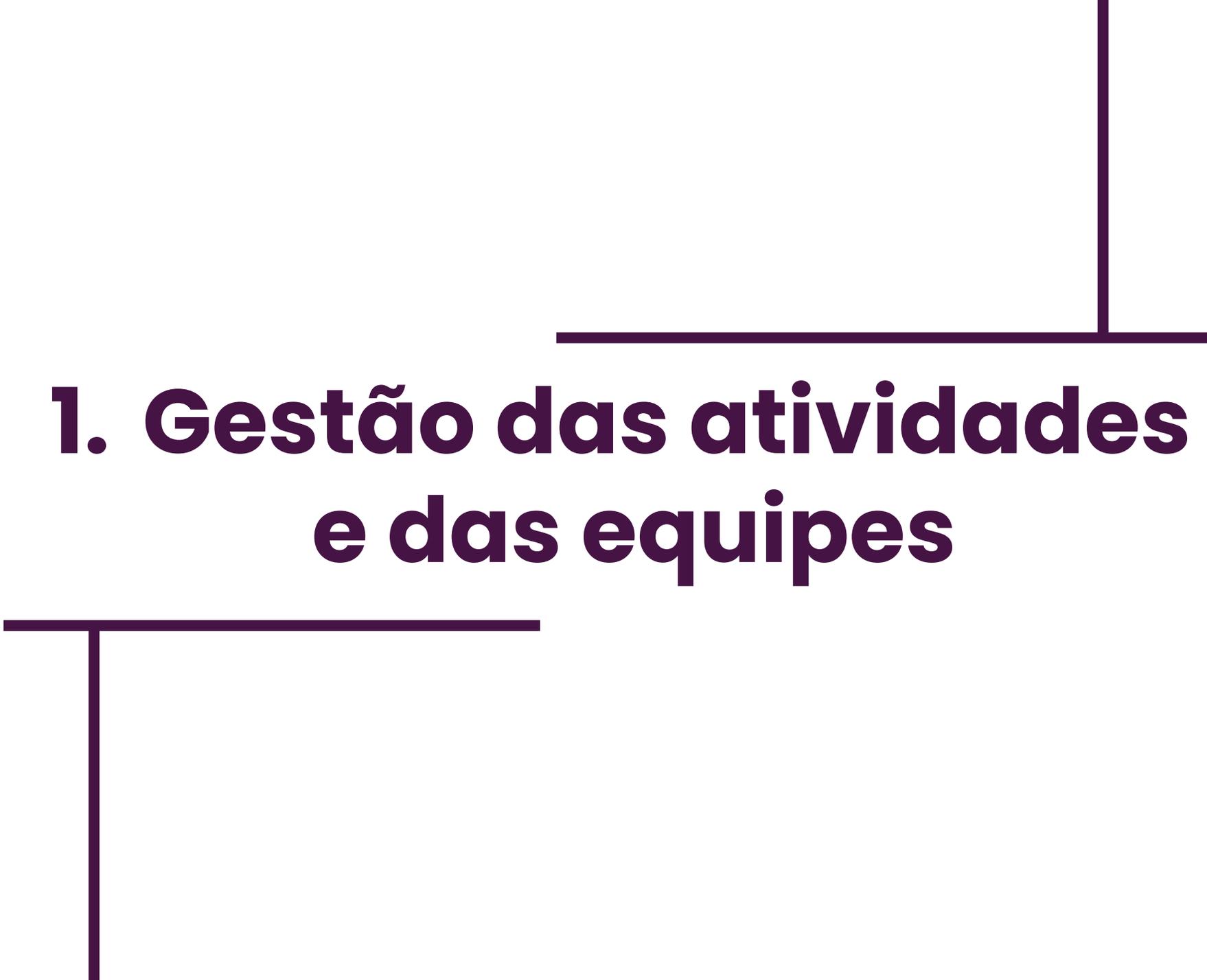
**Fazer Comunicação Pública  
é assumir a perspectiva  
cidadã nos temas de  
interesse coletivo**

**Comunicação  
Institucional**



**Interesse Público**





# **1. Gestão das atividades e das equipes**



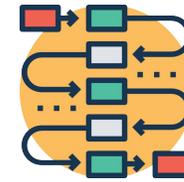
## **ORGANIZAÇÃO**

*Sistema para reunir as pautas, projetos e programas; checklist*



## **ROTINA ESTABELECIDA**

*Reuniões de pauta semanais + brainstorming*



## **FLUXOS BEM DEFINIDOS**

*Recebimento e tratamento de demandas; Briefing*



## **EQUIPE PARCEIRA**

*Grupos mistos para ações; pactos coletivos; clima legal; feedback*



## **2. Instrumentos de Apoio**





**POLÍTICA de  
COMUNICAÇÃO**



**MANUAL de  
REDAÇÃO**



**CATÁLOGO de  
SERVIÇOS**



**MAPA de  
CANAIS**



**GUIA  
EDITORIAL**



**PLANO de  
COMUNICAÇÃO**

## **CANAIS**

*Consistência;  
Tom de voz próprio;  
Interação*

## **EVENTOS**

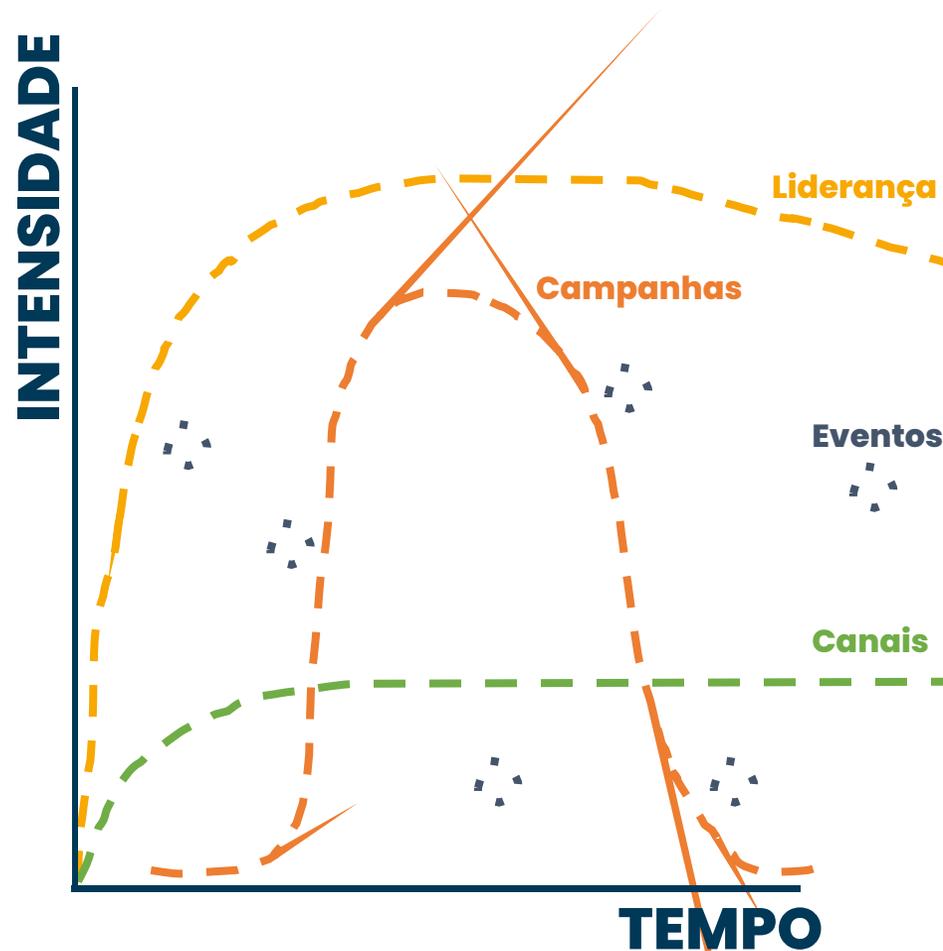
*Momentos únicos;  
ritos*

## **CAMPANHAS**

*Sazonais;  
começo, meio e fim.*

## **LIDERANÇA**

*Pessoas como canais;  
influenciadores  
internos*



Fonte: 4C0 Comunicação e Cultura Organizacional



# **3. Como idealizar as ações**





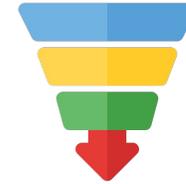
## **IDENTIDADE**

*Personalidade;  
"alma" da  
organização;  
Atributos;  
Coerência*



## **CONHECER os PÚBLICOS**

*Guardiões das personas;  
Conversar com pontos de  
contato;  
ChatGPT pode inspirar.*



## **PENSAR nos OBJETIVOS**

*Cada ação de  
comunicação com  
sua intenção.*



## **MONITORAR CONTEXTOS**

*Clipping; perfis,  
locais e hashtags  
nas redes sociais.*



# 4. Conteúdo e formatos





## ▲ Empatia e Engajamento

*Você leria até o final? Você curtiria?*  
*Hero, Hub, Help*



## Cada FORMATO, um OBJETIVO

*Mordida, Lanche ou Refeição*



## UGC e parcerias

*Incentivar que os seguidores criem conteúdo; collabs*



# 5. Relacionamento





## **GESTÃO DO RELACIONAMENTO**

*Menos likes,  
mais afeto;  
Interação coerente;  
humanidade*



## **FACILITAR - FACILITAR - FACILITAR**

*Encurtar caminhos*



# **6. Assessoria de Imprensa**





## **DIA A DIA**

*Relacionamento se  
constrói todos os dias*



## **ESTRATÉGIA**

*Pautas exclusivas;  
Veículos menores;  
Artigos de opinião*



## **PREPARO DE FONTES**

*Planilha de fontes;  
mensagens-chave;  
oportunidade*



# **7. Governança da Comunicação**



## **ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS**

*Nova cultura: pauta só  
termina com a análise;  
Dados*



## **PRESTAÇÃO DE CONTAS**

*Peça horários, envie  
relatórios, enalteça  
o que você faz*



## **APOIO e RESPEITO INTERNO**

*Conselho de  
Comunicação;  
Mostrar resultados para  
outras áreas.*

# OBRIGADO!



**@alinecastrocomunica**



**j\_duarte@terra.com.br**



Podcast Comunicação Pública:  
**Guia de Sobrevivência**

