
Comunicação para
governos e instituições
2025

Antes de começar...


Por que esse
curso foi criado?


Hoje é dia de você tomar
uma decisão entre ser
piloto ou passageiro

Agora é hora de dar partida

Agenda do curso

MÓDULO 1 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO DE GOVERNO

MÓDULO 2 LIMITES E RISCOS NA COMUNICAÇÃO

MÓDULO 3 ESTRUTURANDO A SECOM

MÓDULO 4 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

MÓDULO 5 PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO

MÓDULO 6 ESTRATÉGIAS PARA GESTÃO DE CRISE

MÓDULO 1

O papel da comunicação de governo

MÓDULO 1 | O PAPEL DA COMUNICAÇÃO DE GOVERNO

Fundamentos da comunicação de governos

Lado legal

Comunicar com clareza, responsabilidade e transparência é um dever constitucional, legal e ético das instituições públicas



Fazer comunicação pública:

- Cumpre direitos do cidadão
- Dá sentido à democracia
- Fortalece a confiança nas instituições



Lado comunicacional

Escolher como comunicar faz diferença. Mesmo os melhores projetos podem falhar em gerar apoio, compreensão e engajamento social se não souberem fazer comunicação

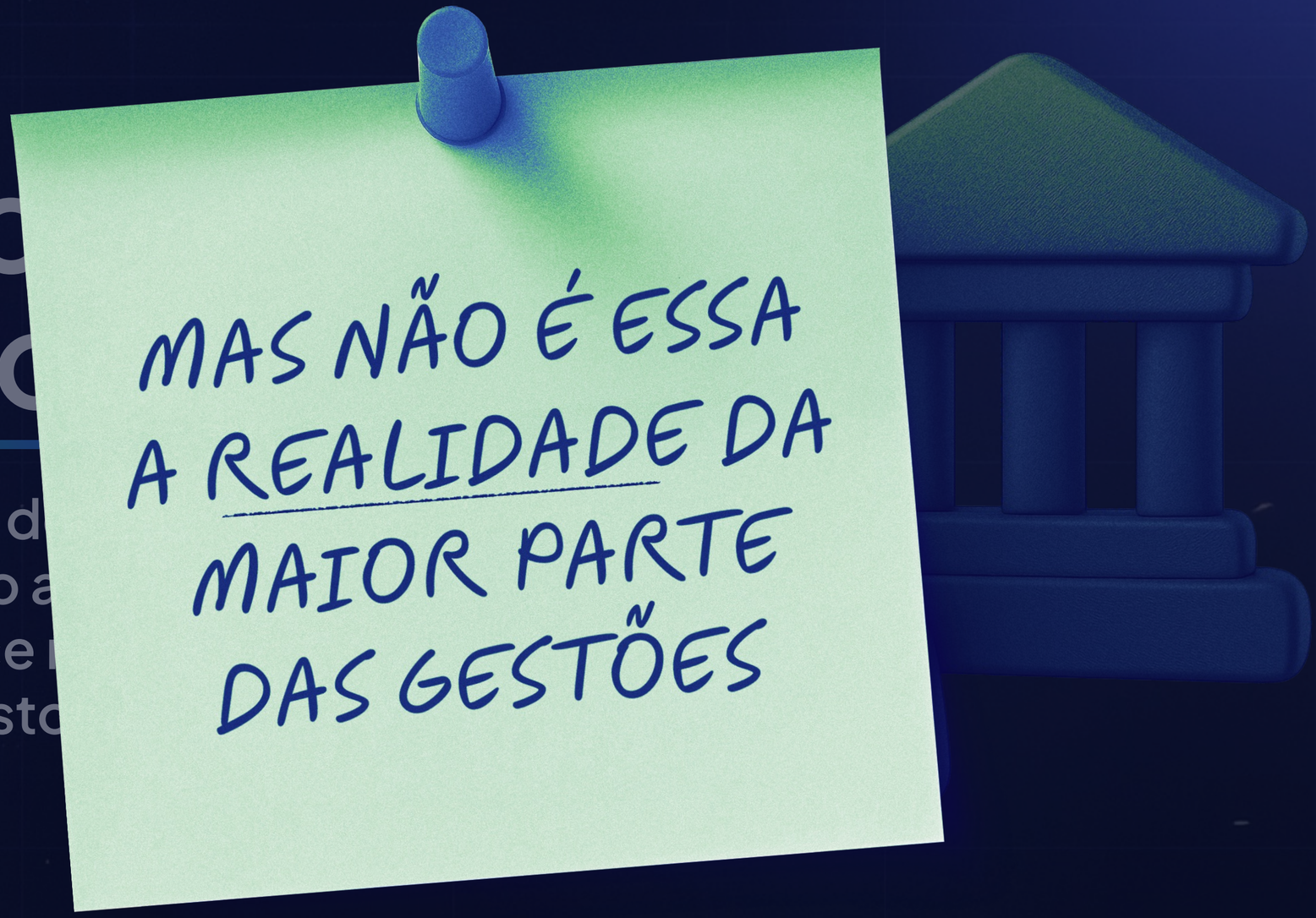
Gestão & gestor

A comunicação de uma gestão vai muito além do que acontece no gabinete do gestor



Gestão & gesto

A comunicação d
gestão vai muito a
do que acontece
gabinete do gesto





Pesquisas quantitativas frequentemente mostram um conflito:

a imagem pessoal do GESTOR e a imagem da GESTÃO podem ter avaliações muito diferentes, às vezes até opostas

Cenário mais comum



Organiza a comunicação em torno da agenda do gestor



Usa o gestor como porta voz para tudo que acontece na gestão




VACINA
PRA TODOS











Pontos positivos

Oferece exposição ao gestor

Pontos Negativos

Dependência excessiva da figura do gestor

A gestão desaparece quando o gestor não tem agenda interessante do ponto de vista midiático

Comunicação reativa:

As pautas são definidas pelos acontecimentos do dia, sem estratégia de longo prazo

Personalização excessiva:

Toda avaliação da gestão se concentra na figura do gestor, mesmo quando outras áreas funcionam bem ou mal independentemente

Pontos Negativos

siva:

o
o

oem
nte

Vulnerabilidade a crises:

Quando algo não vai bem na gestão, a imagem do gestor é diretamente afetada

Ausência de marca institucional:

A gestão não constrói uma identidade própria reconhecível

O resultado é praticamente o mesmo:

uma gestão sensível a boatos, reativa, e um processo eleitoral caro e com grande risco de derrota





Muito trabalho. O tempo todo.

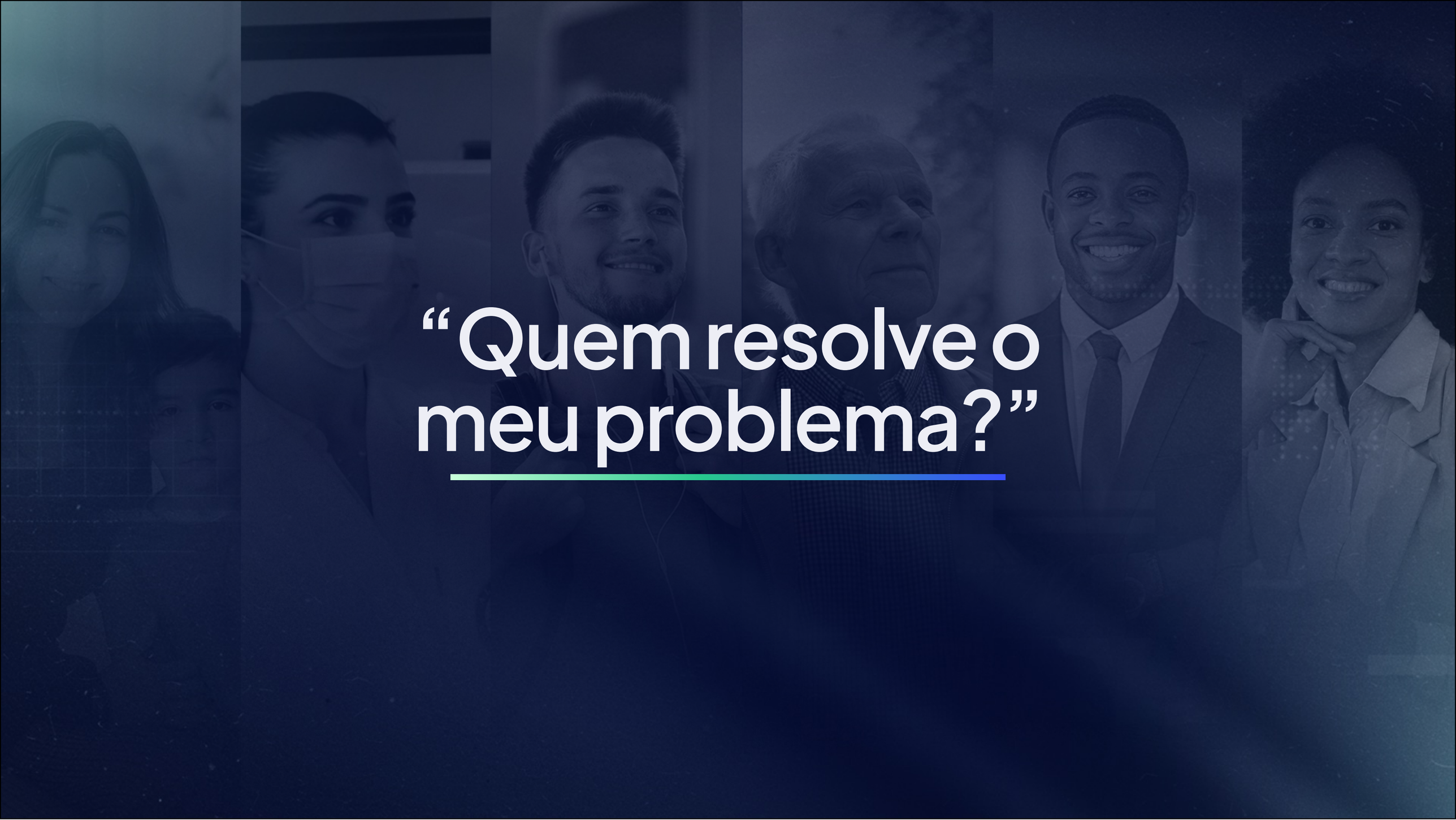
E em boa parte dos casos a percepção da população é que a gestão não faz nada ou que deveria fazer mais

MÓDULO 1 | O PAPEL DA COMUNICAÇÃO DE GOVERNO

O cidadão como centro da comunicação


UNIÃO
CIDADÃO
MUNICÍPIO
ESTADO


Emprego
Habitação
Turismo
Desenvolvimento
Governador
Meio ambiente
Educação
Deputado estadual
Previdência
Prefeitura municipal
Senador
Cultura
Presidente
Governo estadual
Saúde
Prefeito
Governo federal
Segurança
Deputado federal
Esporte


“Quem resolve o
meu problema?”

Como consigo uma vaga na creche?



Cadê a ronda policial no meu bairro?



Quando serei chamado no concurso que passei?



Porque demora tanto para sair minha cirurgia?





Não existe
“a população”



Não existe uma única realidade

As pessoas vivem fases diferentes, têm problemas distintos e moram em regiões com demandas específicas

É papel da gestão entender essa diversidade

A importância da escuta e do relacionamento com a população



PROJETO

“Braços Abertos" Boa Vista

Criado em 2001 como um modelo de governança participativa

Também implementou os Mapas Falados – Antes da reunião do Braços Abertos, a prefeitura vai até a comunidade ouvir os moradores e planejar o encontro



PROJETO

"Prefeitura Presente" de Altamira





PROJETO

"Prefeitura que Avança" de Caruaru





Benefícios da comunicação de governos eficiente

Redução de custos





Redução de danos em crises

Aumento da confiança na gestão



Facilidade de aprovação de medidas





Fortalecimento de reputação

Promoção do engajamento social



Sua primeira decisão está no foco da comunicação:



Gestor



Gestão



Os dois

Sua segunda decisão:

VAI CUIDAR



Agenda da gestão



Projeto de marca



Ambos

O mais importante para fazer uma comunicação de gestão eficiente é ter equilíbrio entre:

Papel de informar

Desafio de comunicar



MÓDULO 2

Limites e riscos na comunicação

Legislações que impactam na comunicação pública



Constituição Federal



Lei de Improbidade Administrativa



Lei eleitoral



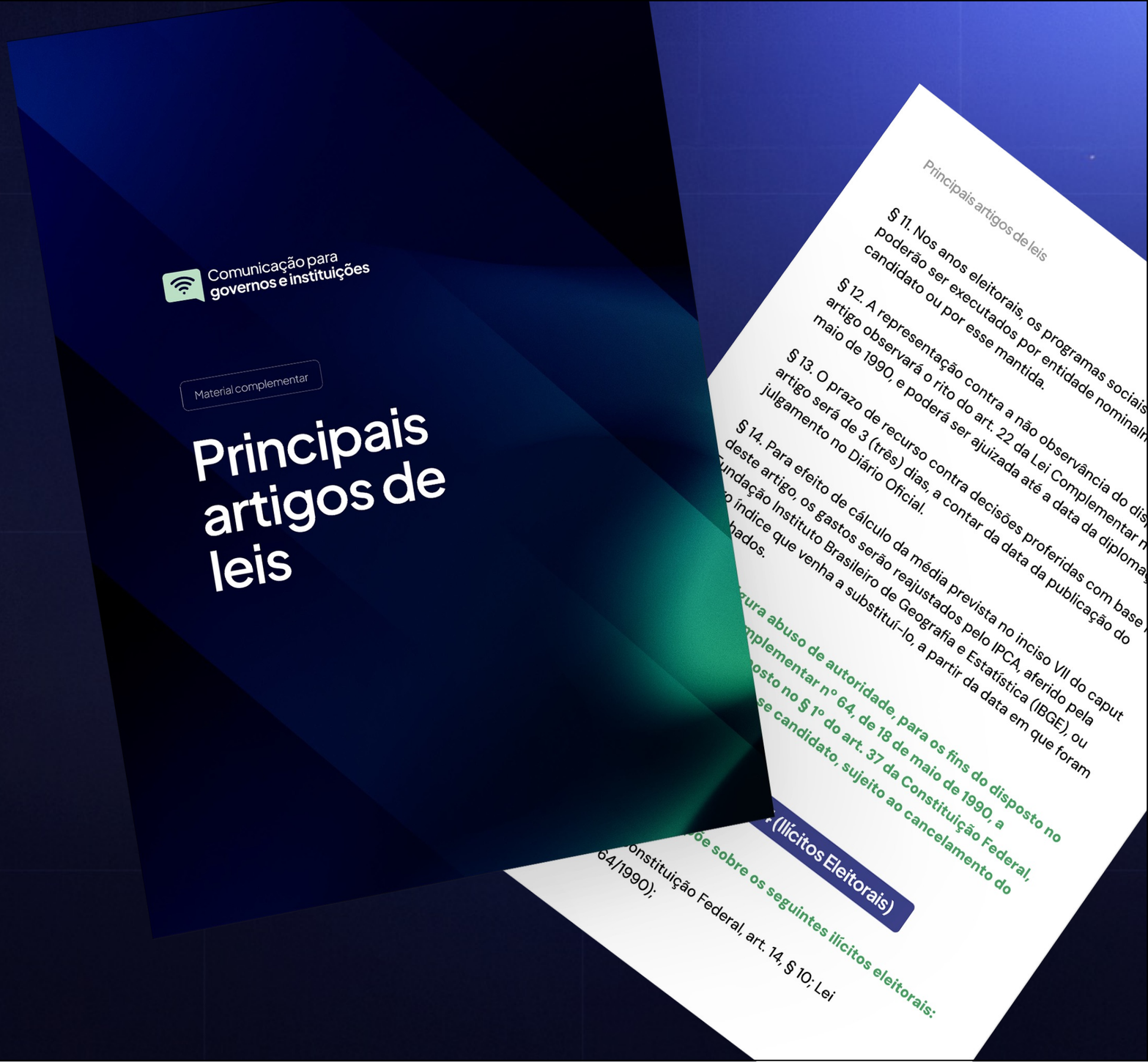
Lei de acesso à informação (LAI)



Lei geral de proteção de dados

Principais artigos de leis

Disponível para download



ARTIGO 37 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A **administração pública** direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos **princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência**

ARTIGO 37 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

§ 1º - **A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos** deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, **dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos**

POLÍTICA

MPF pede fim de postagens em redes sociais do governo federal que façam promoção de Bolsonaro

Para procuradores, utilização de redes sociais oficiais para enaltecer a imagem do presidente é contra a Constituição Federal

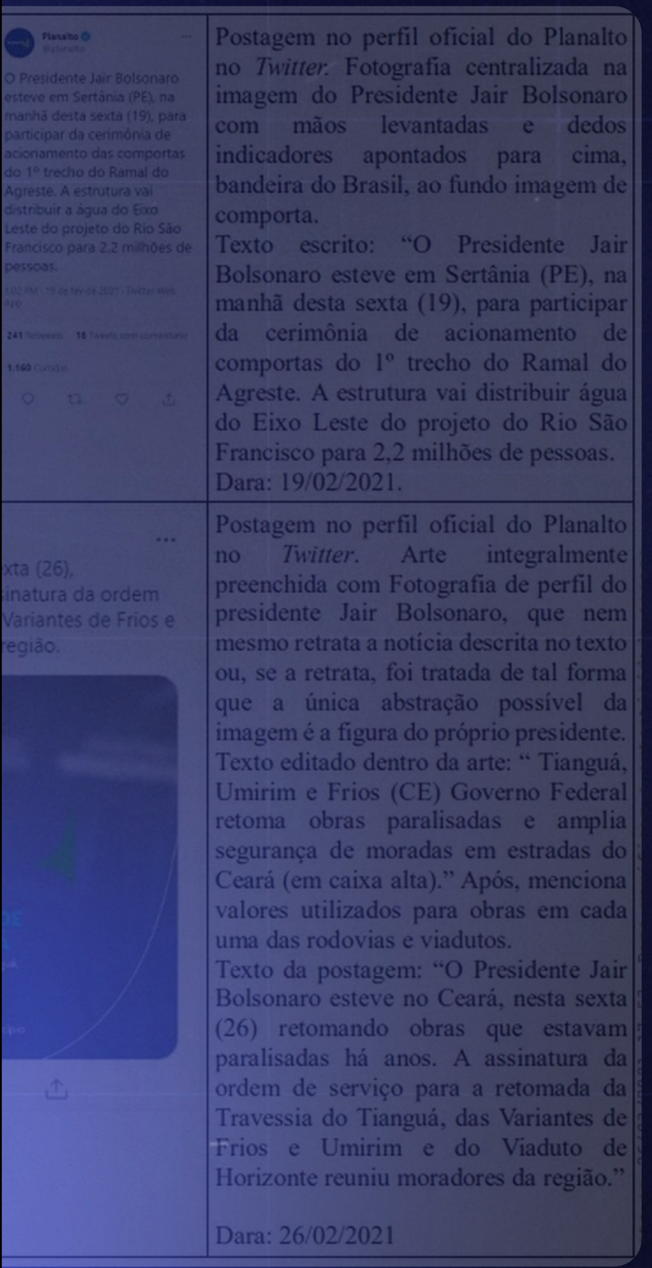
Leandro Prazeres
30/03/2021 - 13:15 / Atualizado em 30/03/2021 - 14:32

Newsletters



Procuradores avaliam que uso de redes sociais para promover a imagem do presidente é ilegal Foto: Alan Santos / Presidência da República/26-06-2020

	Postagem no perfil oficial do Planalto no *Twitter*. Fotografia centralizada na imagem do Presidente Jair Bolsonaro com mãos levantadas e dedos indicadores apontados para cima, bandeira do Brasil, ao fundo imagem de comporta. Texto escrito: "O Presidente Jair Bolsonaro esteve em Sertânia (PE), na manhã desta sexta (19), para participar da cerimônia de acionamento de comportas do 1º trecho do Ramal do Agreste. A estrutura vai distribuir água do Eixo Leste do projeto do Rio São Francisco para 2,2 milhões de pessoas. Dara: 19/02/2021.
	Postagem no perfil oficial do Planalto no *Twitter*. Arte integralmente preenchida com Fotografia de perfil do presidente Jair Bolsonaro, que nem mesmo retrata a notícia descrita no texto ou, se a retrata, foi tratada de tal forma que a única abstração possível da imagem é a figura do próprio presidente. Texto editado dentro da arte: " Tianguá, Umirim e Frios (CE) Governo Federal retoma obras paralisadas e amplia segurança de moradas em estradas do Ceará (em caixa alta)." Após, menciona valores utilizados para obras em cada uma das rodovias e viadutos. Texto da postagem: "O Presidente Jair Bolsonaro esteve no Ceará, nesta sexta (26) retomando obras que estavam paralisadas há anos. A assinatura da ordem de serviço para a retomada da Travessia do Tianguá, das Variantes de Frios e Umirim e do Viaduto de Horizonte reuniu moradores da região." Dara: 26/02/2021



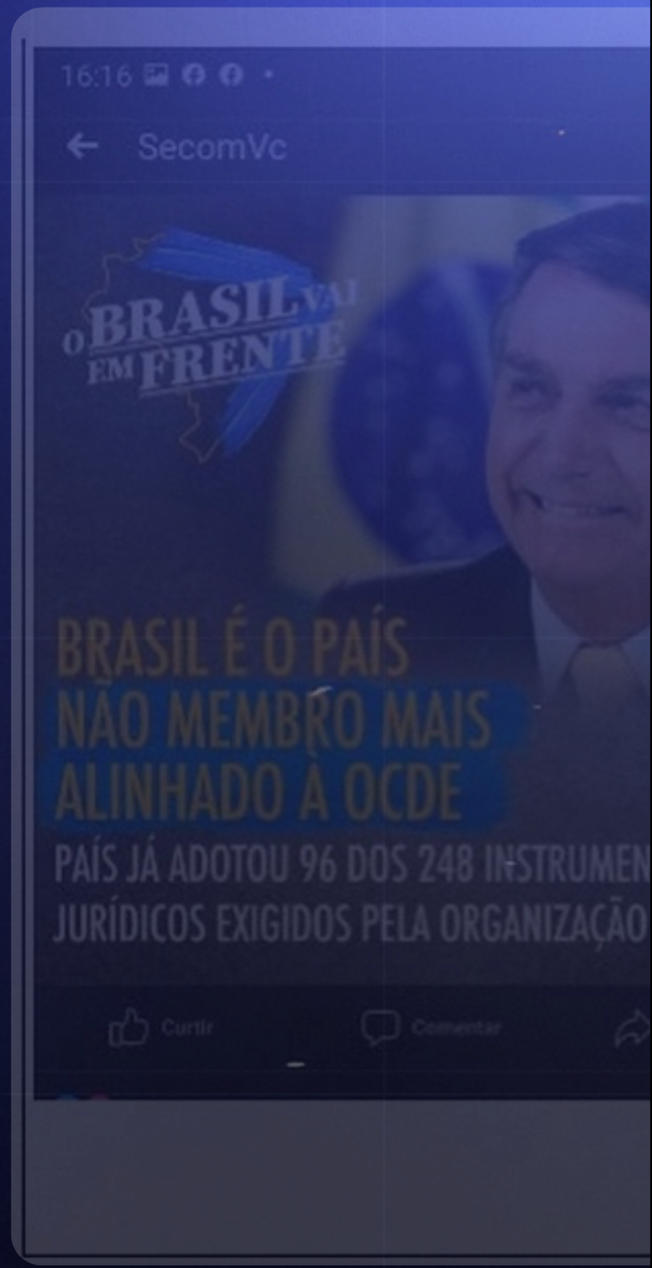
Postagem no perfil oficial do Planalto no *Twitter.* Fotografia centralizada na imagem do Presidente Jair Bolsonaro com mãos levantadas e dedos indicadores apontados para cima, bandeira do Brasil, ao fundo imagem de comporta.
Texto escrito: "O Presidente Jair Bolsonaro esteve em Sertânia (PE), na manhã desta sexta (19), para participar da cerimônia de acionamento de comportas do 1º trecho do Ramal do Agreste. A estrutura vai distribuir água do Eixo Leste do projeto do Rio São Francisco para 2,2 milhões de pessoas.
Dara: 19/02/2021.

Postagem no perfil oficial do Planalto no *Twitter*. Arte integralmente preenchida com Fotografia de perfil do presidente Jair Bolsonaro, que nem mesmo retrata a notícia descrita no texto ou, se a retrata, foi tratada de tal forma que a única abstração possível da imagem é a figura do próprio presidente.
Texto editado dentro da arte: " Tianguá, Umirim e Frios (CE) Governo Federal retoma obras paralisadas e amplia segurança de moradas em estradas do Ceará (em caixa alta)." Após, menciona valores utilizados para obras em cada uma das rodovias e viadutos.
Texto da postagem: "O Presidente Jair Bolsonaro esteve no Ceará, nesta sexta (26) retomando obras que estavam paralisadas há anos. A assinatura da ordem de serviço para a retomada da Travessia do Tianguá, das Variantes de Frios e Umirim e do Viaduto de Horizonte reuniu moradores da região."

Dara: 26/02/2021



Postagem no perfil oficial da Secom no *Twitter* (SecomVc), contendo apenas símbolo que referencia a Secom, sem qualquer símbolo oficial que referencie a República Federativa do Brasil, com marcação do perfil oficial na rede de Jair M. Bolsonaro. O perfil da Secom publica ainda na mesma postagem um link que permite o compartilhamento da imagem pelo *Whastsapp,* com link de acesso via *Facebook* e diz "Pegue aqui a imagem para *Whatsapp".* Arte em azul dourado e branco, com referências ao Natal. Ao fundo irradia uma luz com centro na fotografia em destaque de Jair Bolsonaro segurando uma criança. Texto: "Desafiador, 2020 foi o ano em que ninguém ficou pra trás. O Brasil vai em frente para um 2021 transformador! Cuidando de quem constrói o país e protegendo quem vai fazer o seu futuro".





Postagem no perfil oficial da Secom no *Facebook* (SecomVc), contendo apenas símbolo que referencia a Secom, sem qualquer símbolo oficial que referencie a República Federativa do Brasil. Imagem de fundo da arte integralmente correspondente a uma fotografia de perfil do Presidente Jair Bolsonaro. Símbolo com referência geográfica do país com texto "O Brasil vai em frente". Parte inferior da arte com o texto: "Brasil é o não membro mais alinhado à OCDE, país já adotou 96 dos 248 instrumentos jurídicos exigidos pela organização".

Data: 29/11/2020

LEI DE IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA

Art. 11. Constitui ato de improbidade administrativa que atenta contra os princípios da administração pública a ação ou omissão dolosa que viole os deveres de honestidade, de imparcialidade e de legalidade, caracterizada por uma das seguintes condutas:

XII – praticar, no âmbito da administração pública e com recursos do erário, ato de publicidade que contrarie o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, de forma a promover inequívoco enaltecimento do agente público e personalização de atos, de programas, de obras, de serviços ou de campanhas dos órgãos públicos.

Dr. Gustavo Kanffer

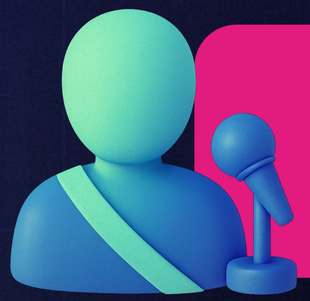
Advogado com mais de 20 anos de experiência, atua junto ao **STF, STJ, TSE e TCU**, prestando consultoria técnica e estratégica para governos, partidos e candidatos.



As dúvidas e situações mais comuns nos canais institucionais



Gestor pode usar canais institucionais para opiniões políticas?



NÃO!

Tribunal Superior Eleitoral

/ Comunicação / Notícias / 2023 / Junho / Por maioria de votos, TSE declara Bolsonar...



30/06/2023 15:15 - Atualizado em 05/03

A Justiça Eleitoral entendeu que a reunião com embaixadores estrangeiros, no Palácio da Alvorada, teve uso eleitoral. No encontro, Bolsonaro fez afirmações sem provas sobre o sistema eleitoral brasileiro. O encontro, ocorrido em julho de 2022, foi transmitido pela TV oficial do governo.

Por maioria de votos (5 a 2), o Plenário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) declarou a inelegibilidade do ex-presidente da República Jair Bolsonaro por oito anos, contados a partir das Eleições 2022. Ficou reconhecida a prática de abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação durante reunião realizada no Palácio da Alvorada com embaixadores estrangeiros no dia 18 de julho do ano passado.

Cantor pode agradecer ao gestor em um evento da gestão?



Grande Angular

Com cachê de R$ 1,2 mi, Wesley Safadão diz “eu te amo” para prefeito e o chama de futuro governador

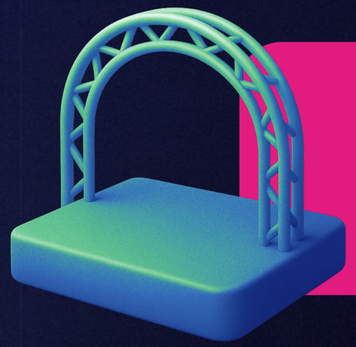
O cantor Wesley Safadão se apresentou no São João Massayó, nessa quarta-feira (25/6), com o maior cachê do evento

Isadora Teixeira
27/06/2025 11:23, atualizado 27/06/2025 18:54

METRÓPOLES

A Prefeitura de Maceió pagou R$ 1,2 milhão pelo show de Wesley Safadão, o mais caro do evento, segundo os valores divulgados no Diário Oficial do município. Os contratos são feitos por inexigibilidade de licitação.

Gestor pode falar no palco do evento?



NÃO!



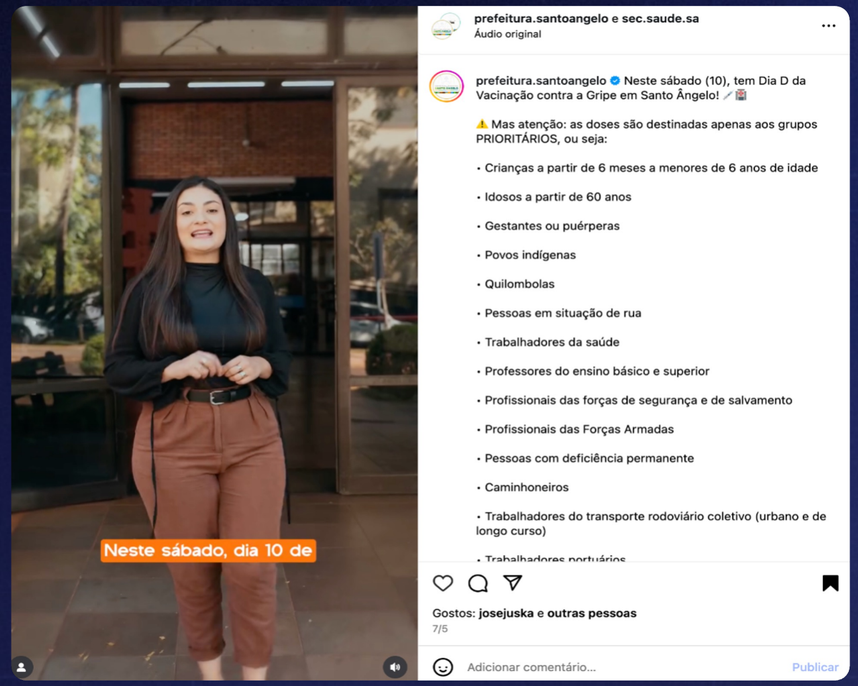
Mais de 60 prefeitos subiram ao palco durante shows no período de São João em Pernambuco

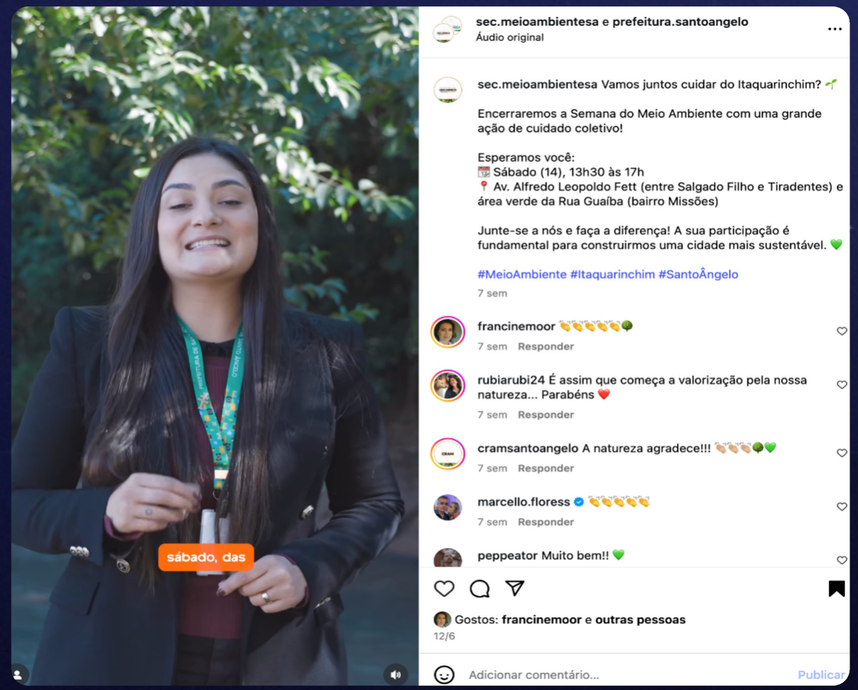
Postura pode ser classificada como promoção pessoal indevida

Funcionário da prefeitura pode ser apresentador de vídeos da gestão?



DEPENDE!





Canal institucional pode citar ou marcar o gestor?

NÃO!



Nem para dar parabéns??

NÃO!



Mas nem no dia do prefeito??

NÃO!



Mas o(a) vice pode?



NÃO!



E o se for para mostrar que recebeu uma comenda do governador?



NÃO!



prefeituradegoias • Seguir

prefeituradegoias VICE-PREFEITA ZILDA LÔBO RECEBE COMENDA DA ORDEM DO MÉRITO ANHANGUERA

Na noite desta terça-feira (29/07), a vice-prefeita Zilda Lôbo foi agraciada com a Comenda da Ordem do Mérito Anhanguera, durante a tradicional solenidade realizada na Praça do Chafariz, na Cidade de Goiás.

O prefeito Aderson Gouvea e a primeira-dama e secretária municipal de Assistência Social, Trabalho e Habitação, Célia Mendanha, prestigiaram a cerimônia ao lado de diversas autoridades, como o governador Ronaldo Caiado, a primeira-dama do Estado Gracinha Caiado, o vice-governador Daniel Vilela e sua esposa Iara Vilela.

A honraria é a mais alta concedida pelo Governo de Goiás e reconhece personalidades que contribuem para o desenvolvimento do Estado. Um momento de grande emoção e merecido reconhecimento à trajetória de compromisso e dedicação da vice-prefeita Zilda Lôbo com a Cidade de Goiás.

Fotos: Juliana Chaves e Lázaro Ribeiro /ASCOM

PREFEITURA DE GOIAS 2025/2028

#ComendaAnhanguera #ZildaLôbo #PrefeitoAdersonGouvea #CéliaMendanha #CidadeDeGoiás #TransferênciaSimbolica #Goiás298Anos #GovernadorRonaldoCaiado #Reconhecimento #OrdemDoMéritoAnhanguera

1 s

adricaaaaa Mérito Anhanguera? Deve ser bom não, sô, pelo nome

Gostos: **manduzanzango** e **outras pessoas**

30/7

Adicionar comentário... Publicar

E pode falar do trabalho de um deputado?

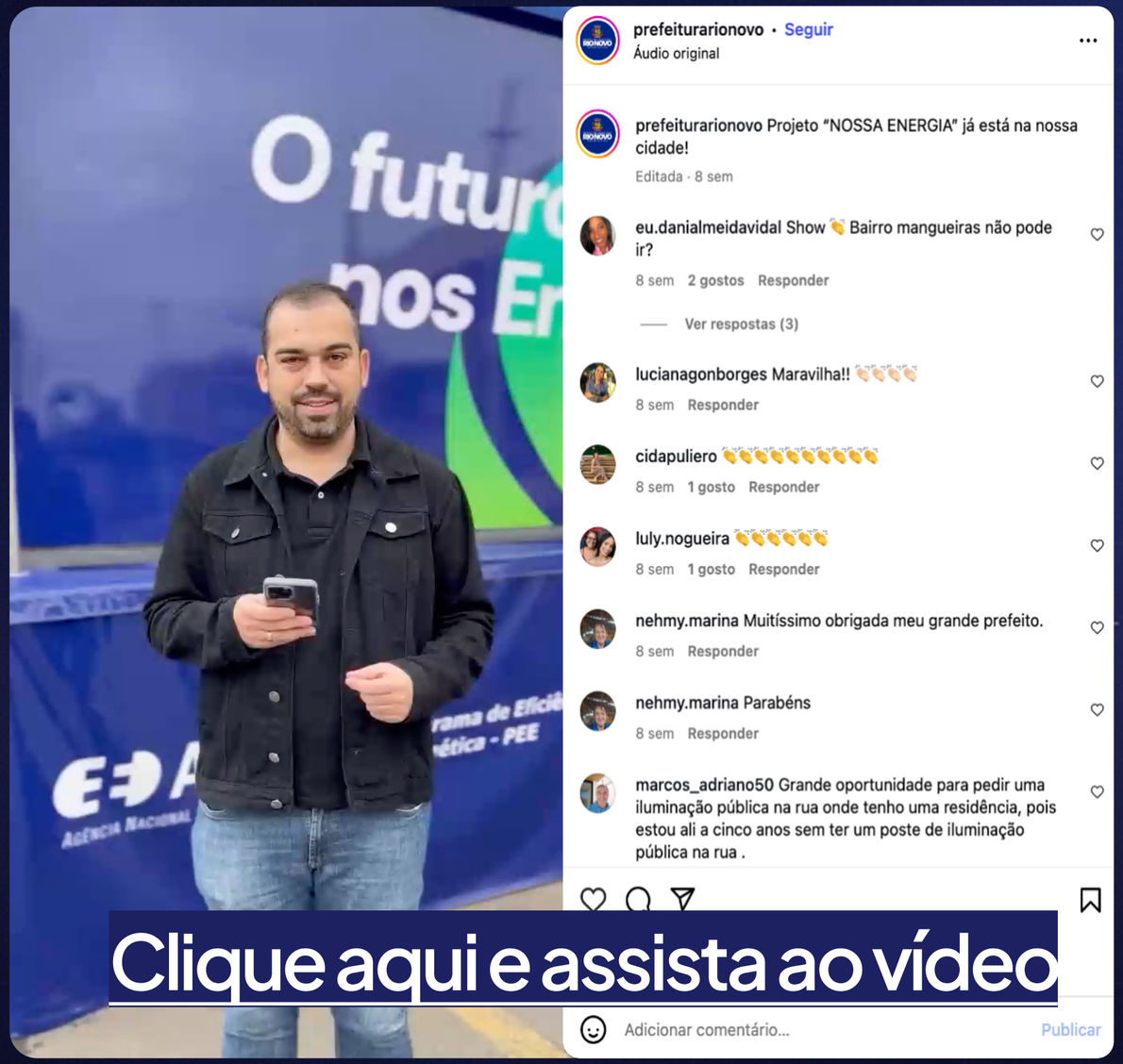


SIM!



Gestor ou servidor pode explicar projetos da prefeitura?

NÃO!



Clique aqui e assista ao vídeo

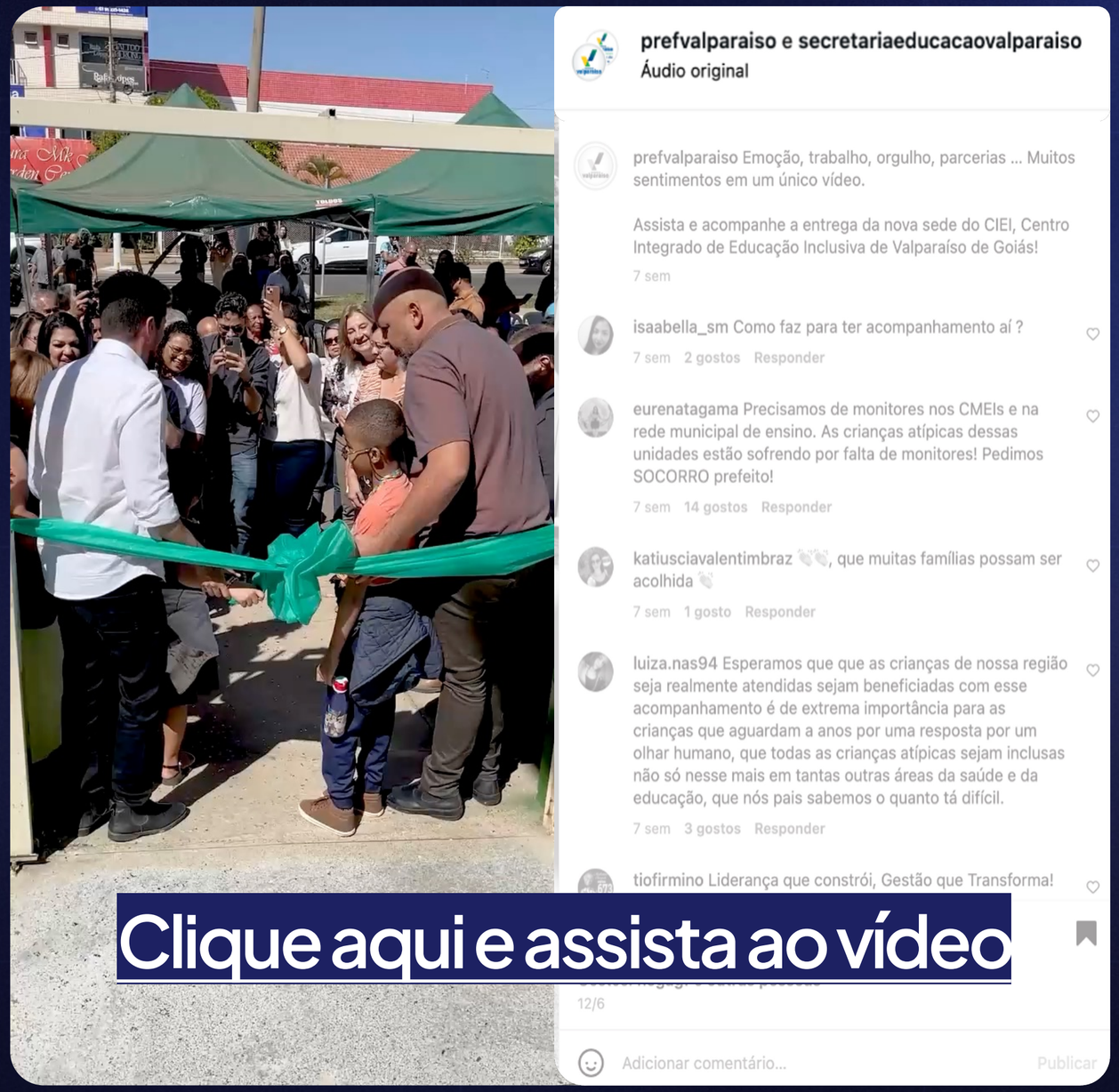
Pode assinar convites e homenagens em nome do gestor?

NÃO!



Gestor pode contar sua história pessoal para falar de uma entrega relevante?

NÃO!



Clique aqui e assista ao vídeo

Prefeitura pode compartilhar conteúdo da rede do prefeito?

NÃO!



E se for de outros políticos ou candidatos?

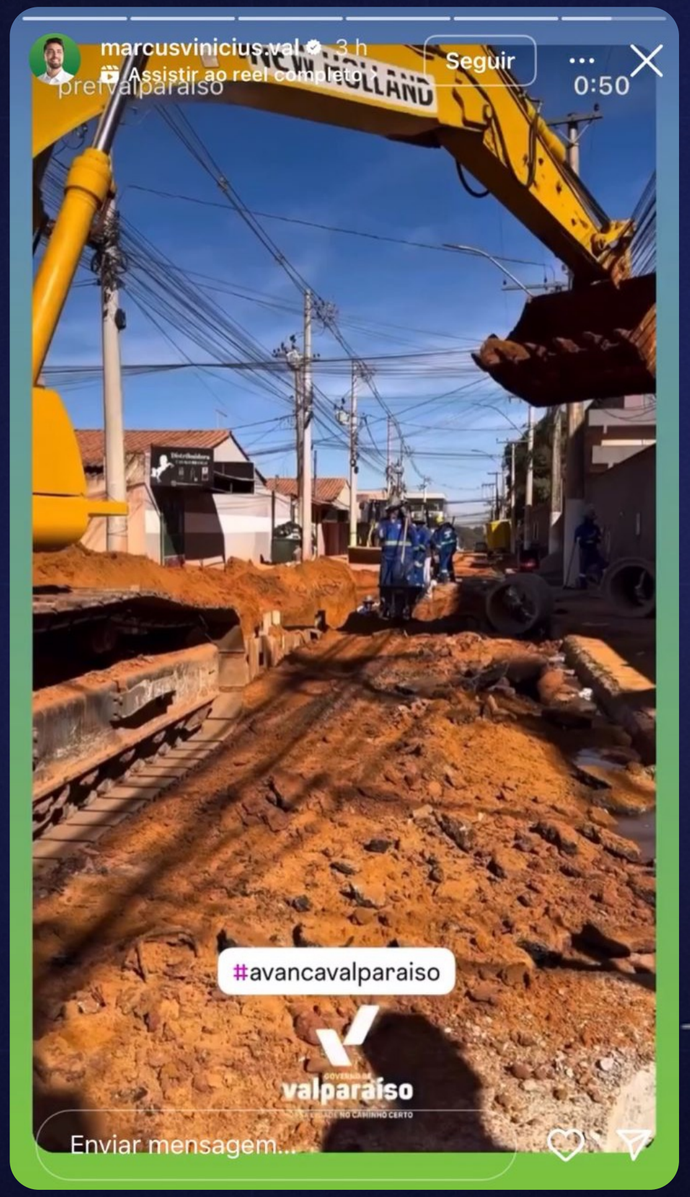
NÃO!





Mas o gestor pode compartilhar o conteúdo da prefeitura em suas redes?

DEPENDE!



Pode fazer collab do gestor com a gestão?

🤝 NÃO!



Curtido por **fabianamarmo** e **outras pessoas**

bahianoticias O Tribunal de Contas dos Municípios determinou a retirada de postagens conjuntas entre o perfil pessoal do prefeito de Serra do Ramalho, Eli Carlos dos Anjos Santos, e o perfil oficial da prefeitura da cidade. A recomendação é baseada em um artigo da Constituição Federal que veda promoção pessoal de agente públicos através do uso da máquina pública.

E collabs de pessoas físicas com órgãos de governos?

NÃO!



prefeitura_saojoaodaserra e outros 2
Potiguar

prefeitura_saojoaodaserra Nossa Festa do Vaqueiro foi um verdadeiro sucesso!
Um dia de muita animação com @kangasdoforro e o grande @amadoedilson .

#festadovaqueiro #festejos #saojoaobatista #amadoedilson #sãojoãodaserra

4 sem

conceicao_2009 Parabéns , festa linda 👏
4 sem Responder

luziannelimma Festa grandiosa! 👏🚀 Parabéns ao nosso prefeito @joaozinhomanu e toda sua Equipe. 👏👏
4 sem Responder

wyllyany._ Eu sou sua fã 😍
4 sem Responder

ademar_alvees A melhor
4 sem Responder

nayanaiva 👏👏👏👏👏Parabéns! Festa linda!
4 sem Responder

Postar

Colaboradores

prefeitura_saojoaodaserra
Prefeitura Municipal de São João da Serra-PI
Seguir

amadoedilson
Seguir

kangasdoforro
Seguir

Pode pintar os equipamentos da cor que quiser?

NÃO!



LIMINAR

Justiça manda prefeita de Auriflama parar de pintar de rosa carros da frota municipal

Liminar atende a um pedido do Ministério Público, que acusa a prefeita Kátia Morita (MDB) de usar sua "marca pessoal" na frota do município

por **Gabriel Vital**

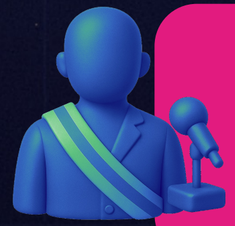
Publicado em 27/02/2023 às 14:45 | Atualizado em 27/02/2023 às 17:38

Pode agradecer o prefeito nas redes institucionais?

NÃO!



Gestor, comissionado ou servidor público pode participar de propaganda de serviços do governo?



NÃO!



Pode usar estrutura da prefeitura para produção pessoal do prefeito?



NÃO!

SOROCABA E JUNDIAÍ

Prefeito de Sorocaba usa servidores comissionados para produzir vídeos para viralizar nas redes sociais

O "assessor-ator" recebe um salário de R$ 12,5 mil por mês. Ele é apenas um dos servidores pagos com dinheiro público que fazem parte da equipe de marketing pessoal do prefeito. A **TV TEM** e o **g1** identificaram mais três assessores, que têm, entre as funções, **não descritas em lei**, a de divulgar a imagem pessoal do prefeito. O custo mensal em salários aos cofres públicos ultrapassa os R$ 57 mil e pode chegar a R$ 700 mil em um ano.

Pode colocar o nome do gestor nas publicações do site da gestão?

NÃO!



FORTALEZA PREFEITURA

Diário Oficial | Acesso à Informação | Transparência | Serviços | Legislação

Fortaleza PREFEITURA

Portal Página Inicial | A Cidade Conheça Mais | Canais Conheça Mais | Institucional Órgãos e regionais | Notícias Acompanhe

Acessibilidade: A- A A+ Pesquise em todo site! TV terradosol AO VIVO terradosol

06 de August de 2025 em Esporte e Lazer

Prefeito Evandro Leitão inaugura quarta Areninha da gestão nesta quinta-feira (7/8)

A Areninha do Fortalezinha, no Planalto Ayrton Senna, estava entre as obras paralisadas na gestão anterior, das quais 85 foram retomadas pela administração atual

IMPRIMIR COMPARTILHAR

O prefeito de Fortaleza, Evandro Leitão, inaugura, nesta quinta-feira (7/8), às 18h, a Areninha do Fortalezinha, no bairro Planalto Ayrton Senna. Essa é a quarta Areninha entregue pelo prefeito na gestão.

A Areninha do Fortalezinha estava entre as obras paralisadas na gestão anterior, das quais 85 foram retomadas pela administração atual. O novo espaço esportivo conta, ainda, com uma academia ao ar livre, ampliando as opções de lazer, saúde e convivência para a comunidade local.

A intervenção abrange uma área total de 3.457,31 m², incluindo 1.500 m² de grama sintética, 1.212,98 m² de passeio e 435,28 m² de áreas gramadas. O equipamento oferece vestiário novo, arquibancada, bancos, lixeiras, playground, paisagismo e estrutura com acessibilidade.

Com investimento de R$ 1,3 milhão, a entrega reforça o compromisso da gestão municipal com a valorização dos espaços públicos e o incentivo à prática esportiva em todas as regionais da cidade.

Serviço
Inauguração da Areninha do Fortalezinha
Data: 7/8 (quinta-feira)
Horário: 18h
Local: Rua Lucas Avelino, 815 - Planalto Ayrton Senna

Mais Lidas

Concursos e Seleções
Prefeitura de Fortaleza abre seleção para professores substitutos em áreas específicas

Educação
Prefeitura de Fortaleza lança edital para concurso de criação da arte do fardamento escolar da Rede Municipal de Ensino

Juventude
Prefeitura de Fortaleza oferta quase 7 mil vagas gratuitas para cursos e atividades da Rede Cuca em agosto

Pode usar a bio ou descrição da página institucional para divulgar redes do prefeito?



NÃO!





Quais os **riscos?**



Os riscos do uso indevido dos canais de comunicação institucional são para o mandatário



O mais comum é a judicialização devido a improbidade administrativa e ao abuso de poder político e econômico

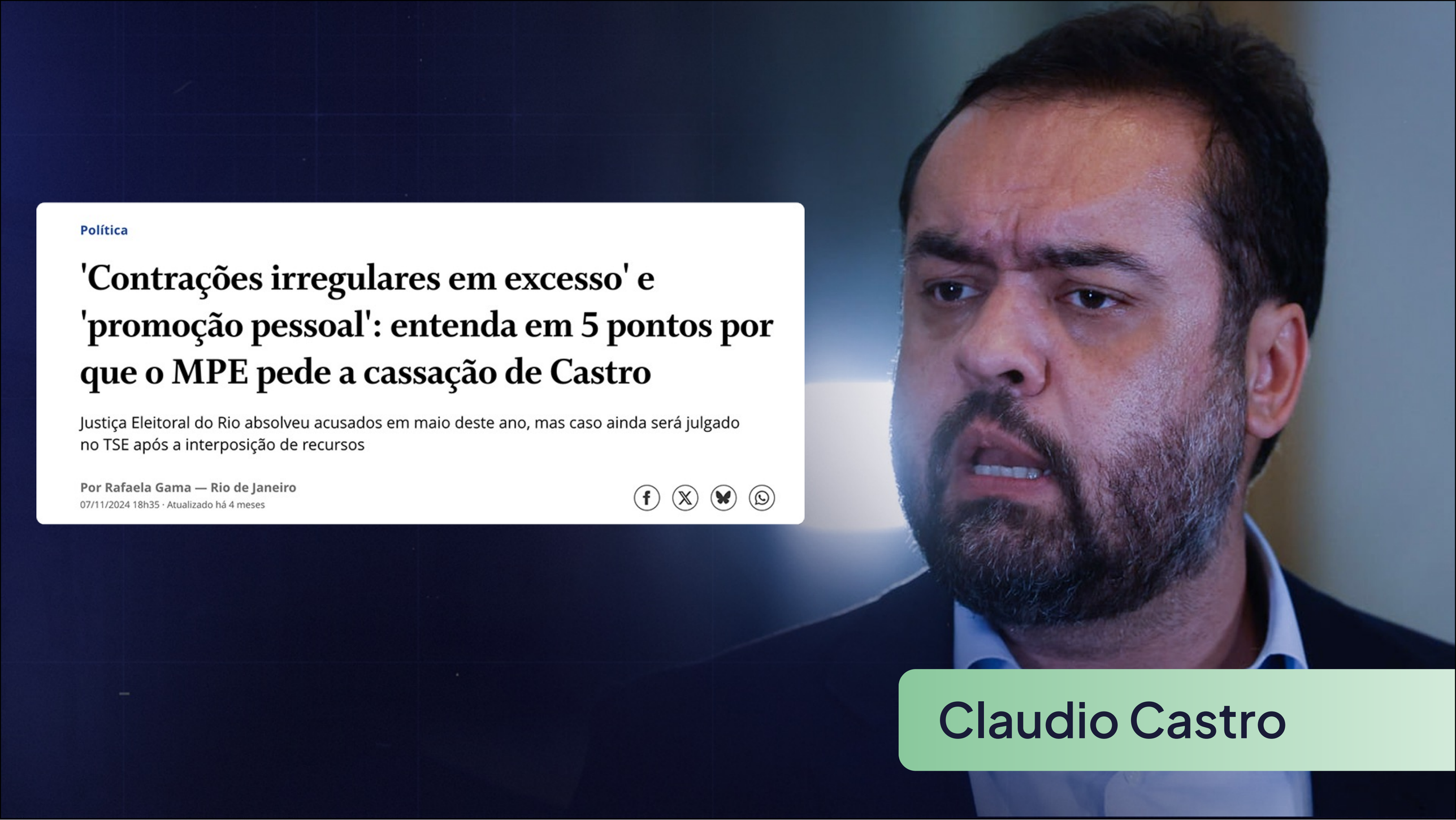
Política

'Contrações irregulares em excesso' e 'promoção pessoal': entenda em 5 pontos por que o MPE pede a cassação de Castro

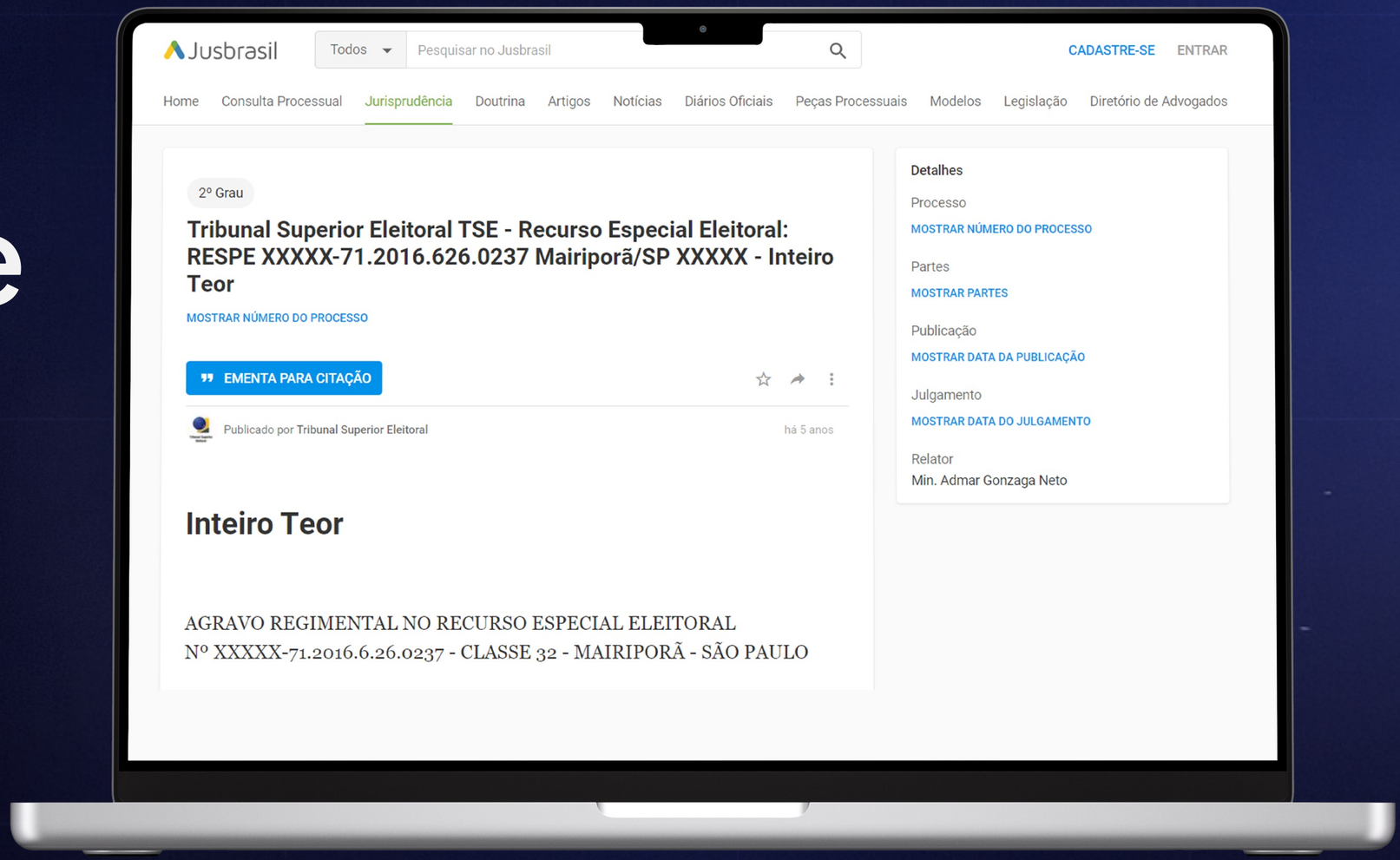
Justiça Eleitoral do Rio absolveu acusados em maio deste ano, mas caso ainda será julgado no TSE após a interposição de recursos

Por Rafaela Gama — Rio de Janeiro

07/11/2024 18h35 · Atualizado há 4 meses



Prefeito de Mairiporã cassado



jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tse/563925653/inteiro-teor-563925659

[redacted]

Excelentíssimo Senhor Doutor Juiz de Direito da 237ª Zona Eleitoral do Estado de São Paulo – MAIRIPORÃ

Ref: Ação Cautelar nº 8393

COLIGAÇÃO PARA MAIRIPORÃ VOLTAR A CRESCER e **PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA – DIRETÓRIO MUNICIPAL DE MAIRIPORÃ,** vêm, respeitosamente, à presença de Vossa Excelência, na forma do art. 308 do CPC/2015, aditar a petição inicial de tutela de urgência deferida, para ajuizar **AÇÃO DE INVESTIGAÇÃO JUDICIAL ELEITORAL** contra **(1) MARCIO CAVALCANTI PAMPURI,** brasileiro, divorciado, médico, portador da Cédula de Identidade RG nº 26.166.572-8, inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas sob o nº 732.401.417-87, atualmente no exercício do cargo de Prefeito de Mairiporã, candidato a Prefeito de Mairiporã pela Coligação Mairiporã para Todos, que pode ser citado em seu gabinete localizado na sede da Prefeitura Municipal ou em outro endereço declinado em seu pedido de registro de candidatura; contra **(2) JOSÉ JOAQUIM DA SILVA,** conhecido como Zé do Depósito Terra Preta, candidato a vice-prefeito na chapa encabeçada pelo primeiro demandado, que pode ser citado em endereço declinado em seu pedido de registro de candidatura; bem como contra **(3) COLIGAÇÃO MAIRIPORÃ PARA TODOS (PTB / PMDB / PSL / PR / PPS / DEM / PHS / PSDC / PTC / PSB / PV / PRP / PPL / PSD / SD / PP),** na pessoa de seu representante legal, que pode ser citado em endereço já declinado a esta Justiça Especializada, o que fazem nos termos das razões adiante expendidas.

[redacted]

Inicial

materiais.vitorinoemendonca.com.br/Inicial-Mairipora.pdf

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

ACÓRDÃO

AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL ELEITORAL Nº 369-71. 2016.6.26.0237 – CLASSE 32 – MAIRIPORÃ – SÃO PAULO

Relator: Ministro Admar Gonzaga
Agravantes: Márcio Cavalcanti Pampuri e outro
Advogados: Ricardo Vita Porto – OAB: 183224/SP e outros
Agravados: Coligação Para Mairiporã Voltar a Crescer e outro
Advogados: Helio Freitas de Carvalho da Silveira – OAB: 154.003/ e outros

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. RECURSO ELEITORAL. AÇÃO DE INVESTIGAÇÃO JUDICIAL ELEITORAL. PREFEITO E VICE-PREFEITO. SENTENÇA PARCIALMENTE PROCEDENTE. CONFIRMAÇÃO PELO TRIBUNAL REGIONAL. CONDENAÇÃO AO PAGAMENTO DE MULTAS PELA PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA E PELA PRÁTICA DE CONDUTA VEDADA. CASSAÇÃO DO REGISTRO DA CHAPA. DECLARAÇÃO DE INELEGIBILIDADE DO CANDIDATO A PREFEITO. AFRONTA AO PRINCÍPIO DA IMPESSOALIDADE. GRAVIDADE DA CONDUTA CARACTERIZADA. RECURSO DESPROVIDO.

1. Utilização de bens públicos (gabinete, linha telefônica e página eletrônica), bem como de servidor comissionado, para produção e divulgação de vídeos institucionais visando à promoção de candidatura majoritária municipal.

2. Divulgação dos vídeos na página da prefeitura no Youtube, no perfil pessoal do prefeito no Facebook e no Whatsapp.

3. Evidenciada a gravidade das circunstâncias do caso concreto, nos termos do inciso XVI do art. 22 da LC 64/90.

Agravo regimental a que se nega provimento.

Acordam os ministros do Tribunal Superior Eleitoral,

Decisão

materiais.vitorinoemendonca.com.br/Decisao-TSE-Mairipora.pdf

E no poder legislativo?



O papel de um parlamentar (vereador, deputado, senador) está ligado à



Representação política



Mandato individual



Prestação de contas sobre sua atuação

É permitido

que parlamentares utilizem sua equipe e os recursos do gabinete para fazer a cobertura de sua atuação parlamentar e manter canais próprios de comunicação



O que é vedado nos canais institucionais legislativos:

Uso excessivo da imagem, nome ou voz do parlamentar, como se o canal fosse pessoal

Promoção de figuras públicas ou pessoas físicas que não sejam parlamentares eleitos

Enaltecimento pessoal pelas ações da casa legislativa (“graças ao vereador Fulano…”)

O que é permitido nos canais institucionais legislativos :

Informar da atuação parlamentar no contexto institucional

Noticiar ações relevantes da casa legislativa, incluindo falas, votações, audiências e proposições de parlamentares, sem tom promocional

Mostrar a atuação de diferentes parlamentares de forma equilibrada, garantindo isonomia e pluralidade

O ordenamento jurídico não é uma ciência exata. Possui caráter interpretativo, regional e temporal





Toda decisão de comunicação deve levar em consideração o risco jurídico e o potencial de dano ao gestor e à gestão

MÓDULO 3

Estruturando a SECOM


Comunicação receptiva
Comumicação ativa



Comunicação receptiva é

APAGAR INCÊNDIO

Ela é pautada por demandas que vêm dos órgãos de controle, da mídia e da sociedade civil

Nesse modelo não se cria a pauta, só se reage a ela!



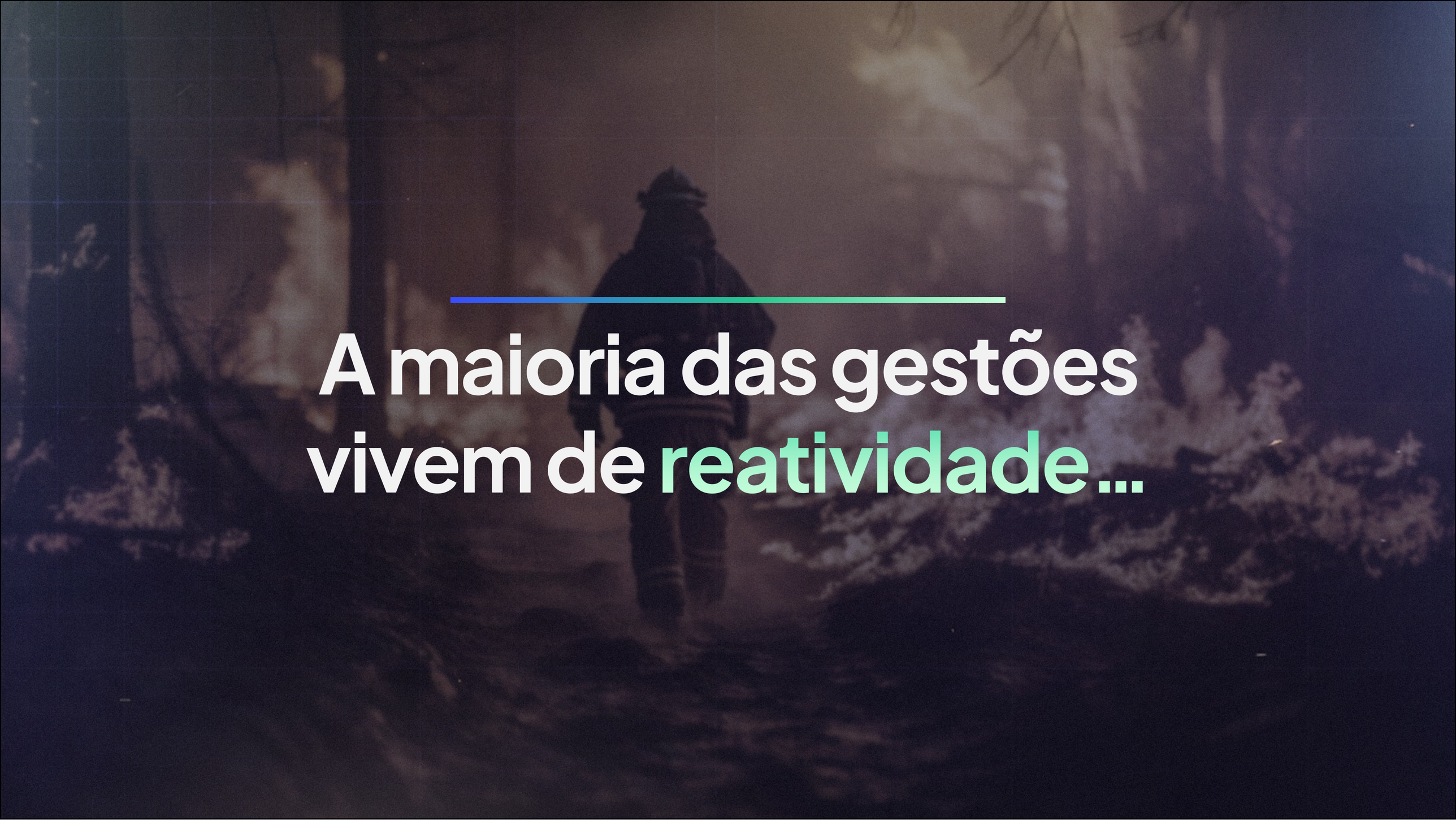
Comunicação ativa é definir

AS CARTAS DO JOGO



Ela é pautada pelo planejamento da SECOM, do Gabinete do gestor e das demais secretarias



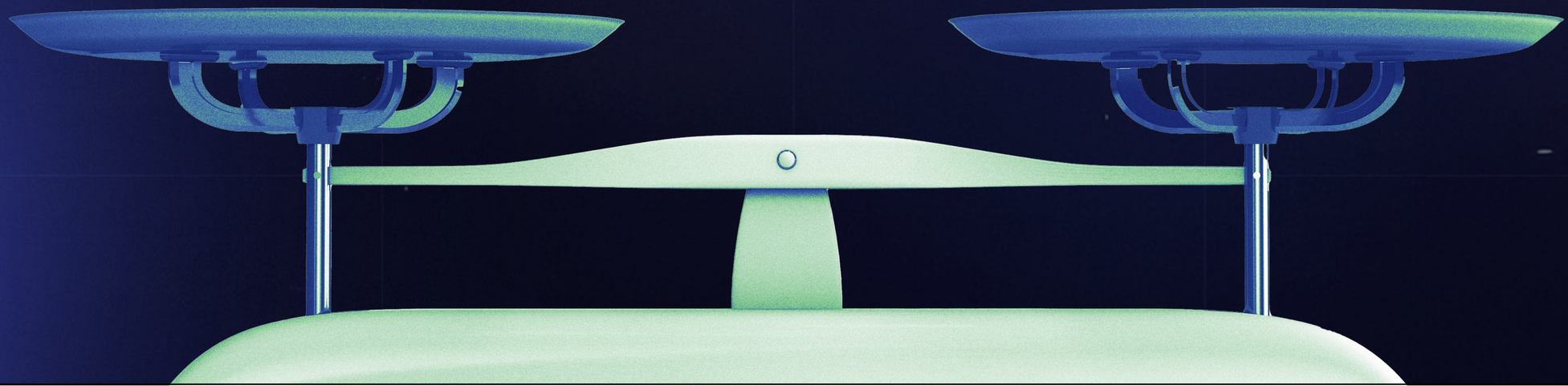

A maioria das gestões
vivem de reatividade...

Mas a boa comunicação é feita de

equilíbrio

COMUNICAÇÃO
ATIVA

COMUNICAÇÃO
RECEPTIVA



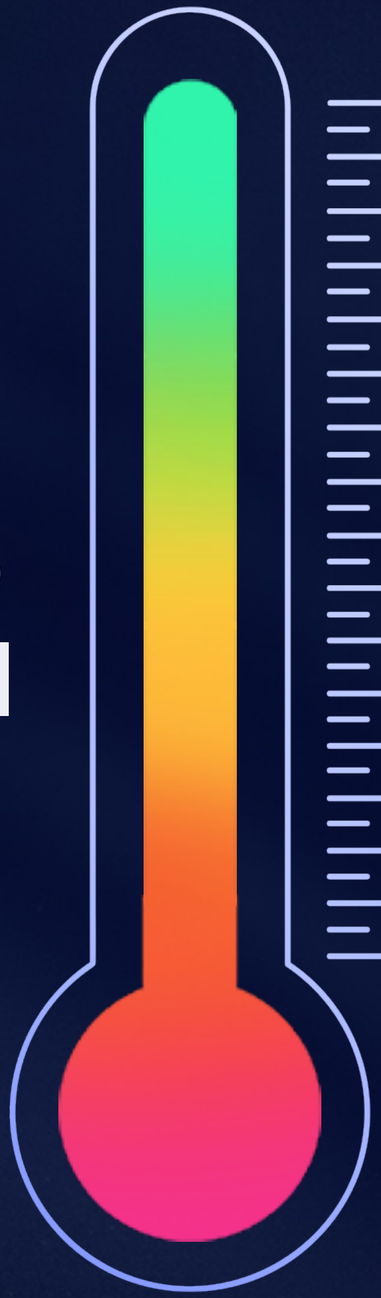
Autodiagnóstico da sua SECOM

Matriz de avaliação comunicação atual

Aspecto	Inexistente (0)	Básico (1)	Intermediário (2)	Avançado (3)
Planejamento estratégico	Sem planejamento	Planejamento anual básico	Planejamento semestral detalhado	Planejamento integrado com metas
Segmentação de público	Comunicação geral	2–3 públicos identificados	5+ públicos com estratégias	Personas detalhadas
Diversidade de canais	1–2 canais	3–4 canais	5+ canais integrados	Ecossistema completo
Produção de conteúdo	Esporádica	Semanal	Diária	Múltiplas postagens/dia
Monitoramento	Sem métricas	Métricas básicas	Relatórios mensais	Dashboard em tempo real
Gestão de crises	Sem protocolo	Protocolo básico	Equipe treinada	Plano completo testado

Matriz de avaliação comunicação atual

PONTUAÇÃO:



19-24 pontos | Comunicação avançada

Otimização pontuais

13-18 pontos | Comunicação Intermediária

Ajustes estratégicos necessários

7-12 pontos | Comunicação básica

Precisa de melhorias significativas

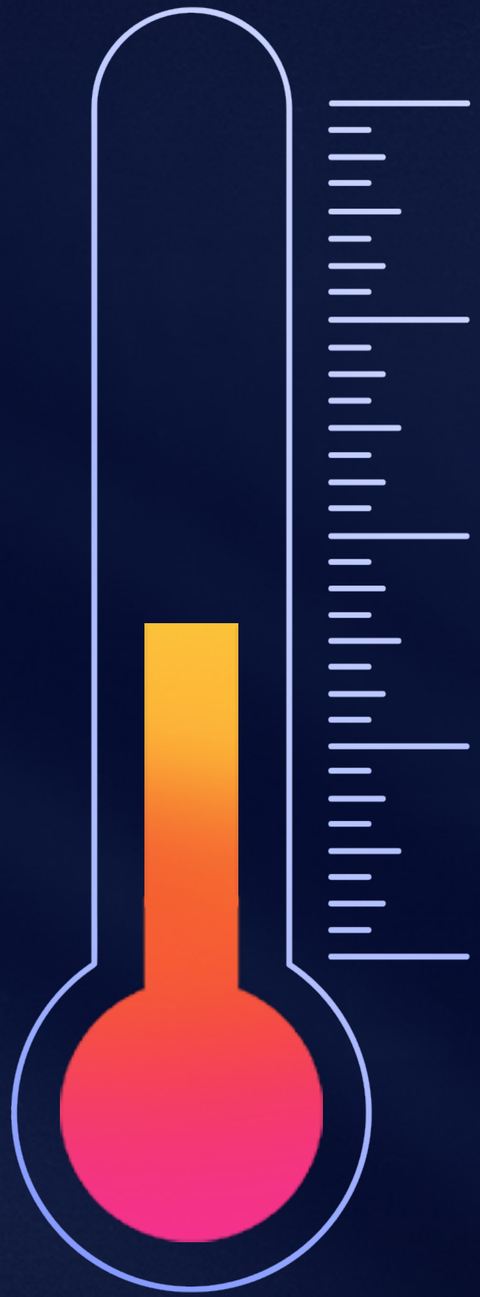
0-6 pontos | Comunicação incipiente

Necessita reestruturação completa

Exemplo

Aspecto	Inexistente (0)	Básico (1)	Intermediário (2)	Avançado (3)
Planejamento estratégico	Sem planejamento	**Planejamento anual básico**	Planejamento semestral detalhado	Planejamento integrado com metas
Segmentação de público	**Comunicação geral**	2–3 públicos identificados	5+ públicos com estratégias	Personas detalhadas
Diversidade de canais	1–2 canais	**3–4 canais**	5+ canais integrados	Ecossistema completo
Produção de conteúdo	Esporádica	Semanal	Diária	**Múltiplas postagens/dia**
Monitoramento	Sem métricas	Métricas básicas	**Relatórios mensais**	Dashboard em tempo real
Gestão de crises	**Sem protocolo**	Protocolo básico	Equipe treinada	Plano completo testado

Pontuação: 7



7-12 pontos | Comunicação básica

Precisa de melhorias significativas

MÓDULO 2 | ESTRUTURANDO A SECOM

Estrutura organizacional da SECOM

Não existe uma escola de SECOM





Uma SECOM pode ser montada de diferentes maneiras levando em consideração diferentes fatores

- Orçamento x Capacidade de investimento
- Canais de comunicação disponíveis
- Tamanho de população
- Hábitos de consumo de informação e mídia
- Volume de entrega e trabalho da gestão
- Foco do gestor na comunicação

Secretaria de Comunicação



Secretaria de Comunicação



Eventos

- Planejamento, organização e execução
- Coordenação logística de fornecedores
- Gerenciamento de protocolos oficiais
- Registro documental institucional

Secretaria de Comunicação



Secretaria de Comunicação



Publicidade

- Planejamento de campanhas
- Gestão da agência e fornecedores
- Acompanhamento de produção
- Monitoramento de resultados

Secretaria de Comunicação



Secretaria de Comunicação



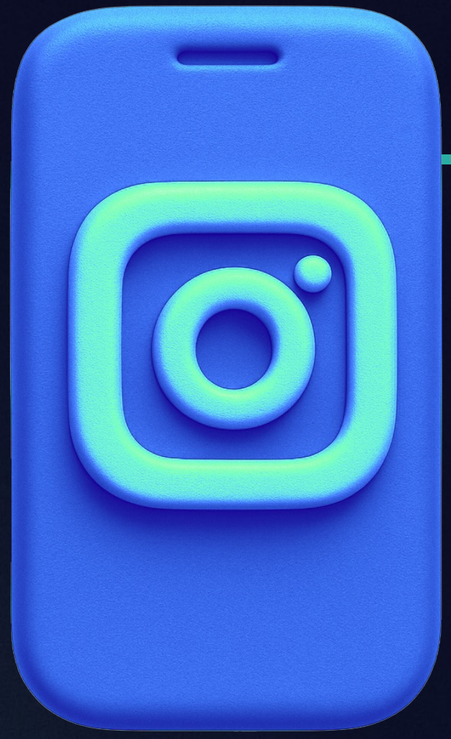
Administrativo

- Gestão de contratos
- Controle de recursos humanos
- Organização documental, protocolos
- Gestão financeira

Secretaria de Comunicação



Secretaria de Comunicação



Digital

- Planejamento de campanhas
- Gestão da agência e fornecedores/equipe
- Acompanhamento de produção
- Análise *social listening*
- Criação de conteúdo multimídia

Secretaria de Comunicação



Secretaria de Comunicação



Imprensa

- Atendimento receptivo à imprensa
- Produção notas, releases, coletivas
- Preparação para entrevistas (media training)
- Relacionamento com jornalistas e veículos
- Clipping e monitoramento de notícias



A SECOM é a única área que conecta toda a gestão

Cenário ideal





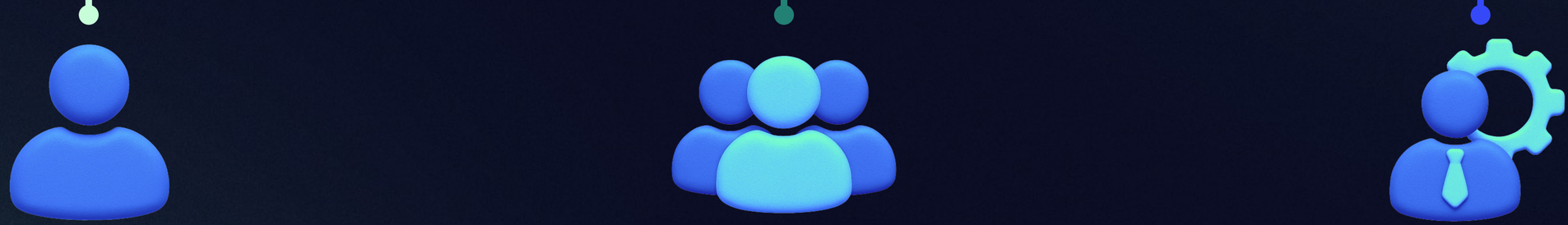
Equipe interna enxuta, com foco estratégico



Execução operacional conduzida por fornecedores externos licitados

Perfis essenciais

Estratégico



Secretário de comunicação

Coordenadores de núcleos

Gerente de projetos



Visão estratégica ampla, com capacidade de articulação entre os **objetivos políticos do governo e as diretrizes técnicas da comunicação**

SECRETÁRIO(A) DE COMUNICAÇÃO

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

- Integrar e supervisionar os diferentes núcleos da SECOM
- Relacionamento com gestor e secretários
- Definir a política de comunicação do governo
- Validar planos de mídia, peças publicitárias e estratégias de distribuição
- Gerenciar crises de imagem e coordenar a resposta institucional
- Aprovar pautas, campanhas, cronogramas e peças
- Avaliação técnica e crítica de resultados
- Atuar na formação e orientação da equipe interna

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

COORDENADOR(A) DE EVENTOS E RELAÇÕES PÚBLICAS (RP)

Experiência em organização de eventos institucionais e governamentais

Organização, atenção a detalhes e visão institucional

COORDENADOR(A) DE EVENTOS E RELAÇÕES PÚBLICAS (RP)

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



Desenvolver estratégias de relacionamento com diferentes setores



Planejar e executar eventos oficiais do governo (lançamentos, solenidades, audiências públicas, cerimônias etc.)



Gerenciar convites, cerimonial, protocolos e listas de presença



Apoiar a presença de autoridades em eventos externos



Elaborar, roteiros, briefing de eventos e supervisionar fornecedores (buffet, estrutura, som, imagem etc.)



Produzir relatórios pós-evento com avaliação de resultados

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



- Desejável domínio de técnicas de media training
- Boa capacidade de análise política e institucional
- Formação em Jornalismo, com sólida redação e experiência em assessoria de imprensa
- Relacionamento com jornalistas e veículos de imprensa

COORDENADOR(A) DE IMPRENSA

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

- Monitorar a cobertura midiática e produzir clipping estratégico
- Elaborar releases, notas oficiais e materiais para imprensa
- Planejar e acompanhar entrevistas, coletivas e pronunciamentos
- Gerenciar relacionamento com a imprensa local e regional
- Redigir respostas e notas de esclarecimento em situações de crise
- Apoiar a construção de pautas propositivas e positivas para os veículos

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

COORDENADOR(A) DE MARKETING DIGITAL

Domínio de redes sociais, métricas, SEO, impulsionamento e ferramentas digitais

Capacidade de gestão de equipe criativa e técnica

Visão estratégica sobre comportamento digital e engajamento cidadão

COORDENADOR(A) DE MARKETING DIGITAL

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

- Gerenciar presença digital do governo (site, redes sociais, aplicativos)
- Planejar calendários editoriais alinhados com a estratégia institucional
- Supervisionar equipe de conteúdo, social media, design e tráfego pago
- Garantir consistência visual e textual das comunicações digitais
- Monitorar métricas e gerar relatórios de desempenho
- Garantir acessibilidade, segurança e atualização das plataformas

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

COORDENADOR(A) DE CONTRATOS E ADMINISTRATIVO

- Conhecimento da legislação administrativa, licitatória e orçamentária
- Organização, atenção a prazos, processos e documentos
- Perfil técnico, com boa interlocução com jurídico e setores internos

COORDENADOR(A) DE CONTRATOS E ADMINISTRATIVO

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES

- Gerenciar processos de contratação e fiscalização de fornecedores de comunicação
- Controlar orçamentos, empenhos, pagamentos e cronogramas de entrega
- Elaborar e acompanhar termos de referência, relatórios e medições
- Garantir conformidade legal e documental de todos os processos
- Apoiar a prestação de contas e relacionamento com órgãos de controle
- Estruturar rotinas administrativas internas da SECOM

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



Experiência em campanhas institucionais e relacionamento com agências

Boa leitura política e domínio de técnicas de segmentação e narrativa

Capacidade de integrar criação, mídia e objetivos de governo

COORDENADOR(A) DE PUBLICIDADE

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



Planejar, aprovar e supervisionar campanhas publicitárias institucionais



Acompanhar produção e veiculação de peças em diferentes meios (TV, rádio, exterior, digital)



Gerenciar o relacionamento com agências de publicidade e mídia



Definir prioridades e alocar verbas publicitárias conforme os objetivos estratégicos



Garantir que as campanhas estejam alinhadas com a legislação e a identidade institucional



Monitorar resultados de campanhas e avaliar impacto na população e produzir relatórios

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



- Formação em Gestão de Projetos, Administração, Comunicação ou áreas afins
- Perfil analítico, organizado, com foco em resultado e boa comunicação interpessoal
- Domínio de ferramentas e metodologias de planejamento (ex: cronogramas, Kanban, Agile)
- Capacidade de atuar de forma transversal, articulando diferentes núcleos e secretarias

GERENTE DE PROJETOS

PERFIL IDEAL

RESPONSABILIDADES



Planejar, acompanhar e coordenar os projetos da gestão, garantindo prazos e integração entre áreas



Monitorar o andamento das entregas e gerar relatórios de status para a direção



Criar cronogramas e fluxos de trabalho, promovendo reuniões de alinhamento



Identificar gargalos, riscos e propor soluções operacionais

Perfis Operacionais



Jornalista

Social Media

Designer

Videomaker

Redator

Analista de dados

Front-end

Porta Voz

Contratações externas



Agência de publicidade



Agência digital



Assessoria de imprensa



Pesquisa



Consultorias especializadas



Impulsionamento

MÓDULO 2 | ESTRUTURANDO A SECOM

Processos licitatórios

Tipos de licitação na nova lei

MODALIDADES PREVISTAS:

Concorrência

Serviços estratégicos ou complexos; valor superior a R$ 1.430.000,00; julgamento por técnica e preço ou menor preço

Pregão

Serviços comuns e padronizáveis; valor até R$ 1.430.000,00; julgamento por menor preço ou maior desconto

Inexigibilidade de Licitação

Fornecedor exclusivo ou especializado; qualquer valor; negociação direta

Concurso

Trabalhos técnicos ou artísticos; valor variável; melhor técnica ou proposta criativa

Diálogo Competitivo

Soluções inovadoras ou complexas; valor superior a R$ 1.430.000,00; técnica e preço com negociação

Dispensa de Licitação

Contratação direta; valor até R$ 50.000,00 para serviços de comunicação; situações previstas em lei

Tipos de licitação na nova lei

MODALIDADES PREVISTAS:

Concorrência

Serviços estratégicos ou complexos; valor superior a R$ 1.430.000,00; julgamento por técnica e preço ou menor preço

Pregão

Serviços comuns e padronizáveis; valor até R$ 1.430.000,00; julgamento por menor preço ou maior desconto

Inexigibilidade de Licitação

Fornecedor exclusivo ou especializado; qualquer valor; negociação direta

Concurso

Trabalhos técnicos ou artísticos; valor variável; melhor técnica ou proposta criativa

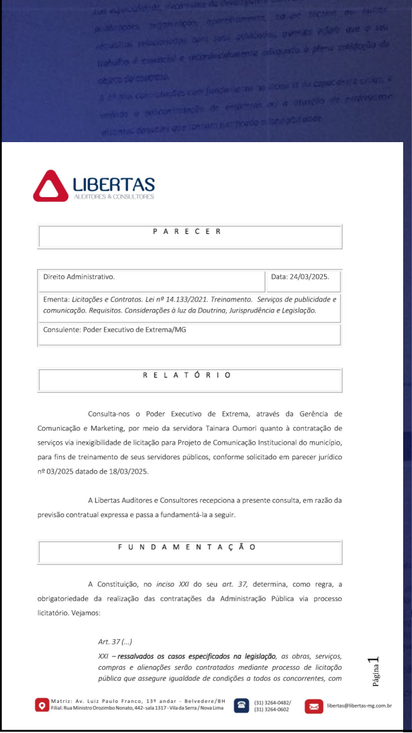
Diálogo Competitivo

Soluções inovadoras ou complexas; valor superior a R$ 1.430.000,00; técnica e preço com negociação

Dispensa de Licitação

Contratação direta; valor até R$ 50.000,00 para serviços de comunicação; situações previstas em lei

Parecer de Inexigibilidade



P A R E C E R

Direito Administrativo.	Data: 24/03/2025.
Ementa: *Licitações e Contratos. Lei nº 14.133/2021. Treinamento. Serviços de publicidade e comunicação. Requisitos. Considerações à luz da Doutrina, Jurisprudência e Legislação.*	
Consulente: Poder Executivo de Extrema/MG	

R E L A T Ó R I O

Consulta-nos o Poder Executivo de Extrema, através da Gerência de Comunicação e Marketing, por meio da servidora Tainara Oumori quanto à contratação de serviços via inexigibilidade de licitação para Projeto de Comunicação Institucional do município, para fins de treinamento de seus servidores públicos, conforme solicitado em parecer jurídico nº 03/2025 datado de 18/03/2025.

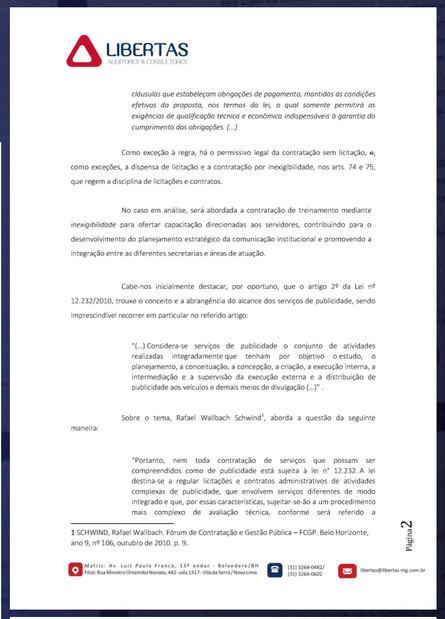
A Libertas Auditores e Consultores recepciona a presente consulta, em razão da previsão contratual expressa e passa a fundamentá-la a seguir.

F U N D A M E N T A Ç Ã O

A Constituição, no *inciso XXI* do seu *art. 37*, determina, como regra, a obrigatoriedade da realização das contratações da Administração Pública via processo licitatório. Vejamos:

> *Art. 37 (...)*
> *XXI – **ressalvados os casos especificados na legislação**, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com*

Matriz: Av. Luiz Paulo Franco, 13º andar - Belvedere/BH
Filial: Rua Ministro Orozimbo Nonato, 442- sala 1317 - Vila da Serra / Nova Lima
(31) 3264-0482/ (31) 3264-0602
libertas@libertas-mg.com.br



cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações. (...)

Como exceção à regra, há o permissivo legal da contratação sem licitação, **e,** como exceções, a dispensa de licitação e a contratação por inexigibilidade, nos arts. 74 e 75, que regem a disciplina de licitações e contratos.

No caso em análise, será abordada a contratação de treinamento mediante *inexigibilidade* para ofertar capacitação direcionadas aos servidores, contribuindo para o desenvolvimento do planejamento estratégico da comunicação institucional e promovendo a integração entre as diferentes secretarias e áreas de atuação.

Cabe-nos inicialmente destacar, por oportuno, que o artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, trouxe o conceito e a abrangência do alcance dos serviços de publicidade, sendo imprescindível recorrer em particular no referido artigo:

> "(...) Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação (...)" .

Sobre o tema, Rafael Wallbach Schwind[1], aborda a questão da seguinte maneira:

> "Portanto, nem toda contratação de serviços que possam ser compreendidos como de publicidade está sujeita à lei nº 12.232. A lei destina-se a regular licitações e contratos administrativos de atividades complexas de publicidade, que envolvem serviços diferentes de modo integrado e que, por essas características, sujeitar-se-ão a um procedimento mais complexo de avaliação técnica, conforme será referido a

1 SCHWIND, Rafael Wallbach. Fórum de Contratação e Gestão Pública – FCGP. Belo Horizonte, ano 9, nº 106, outubro de 2010. p. 9.

Matriz: Av. Luiz Paulo Franco, 13º andar - Belvedere/BH
Filial: Rua Ministro Orozimbo Nonato, 442- sala 1317 - Vila da Serra / Nova Lima
(31) 3264-0482/ (31) 3264-0602
libertas@libertas-mg.com.br



serviço apresente determinada singularidade; que o serviço não seja de publicidade ou divulgação; b) referentes ao contratado: que o profissional detenha a habilitação pertinente; que o profissional ou empresa possua



seguir. "Serviços mais simplificados, ainda que possam ser considerados como de publicidade, não se submetem à Lei nº 12.232 se não apresentarem as características arroladas no art. 2º da Lei.'" (grifos nosso)

Destaca-se do exposto, que o conceito sobre os serviços de publicidade está, em síntese, pautado na indivisibilidade da solução a ser contratada, conforme disposto no artigo 1º, §2º, da IN SECOM/PR nº 1/2023, não abrangendo sob a égide da lei específica atividades como a de treinamento, tal como no caso concreto.

Isto posto, quando a Administração pretender proporcionar a seus servidores e/ou agentes políticos (eletivos ou não) cursos ou treinamentos a fim de atender a certa demanda apresentada em suas áreas de atuação, tais como área administrativa e política, deve verificar inicialmente a regra geral da licitação, sendo que, em face da especificidade da demanda a ser suprida, abre-se a possibilidade de contratação direta em cursos oferecidos por empresas e/ou profissionais da área de notória especialização.

As regras que regem atualmente a disciplina de licitações e contratos no caso de contratação de serviços técnicos especializados para treinamento e aperfeiçoamento de pessoal, por inexigibilidade, conforme pretendido pela Consulente, estão previstas no artigo 74, inciso III, alínea f. da Lei Federal nº 14.133/21. Vejamos:

> ***Art. 74. É inexigível a licitação quando inviável a competição**, em especial nos casos de:*
>
> *I - aquisição de materiais, de equipamentos ou de gêneros ou contratação de serviços que só possam ser fornecidos por produtor, empresa ou representante comercial exclusivos;*
> *II - contratação de profissional do setor artístico, diretamente ou por meio de empresário exclusivo, desde que consagrado pela crítica especializada ou pela opinião pública;*
> ***III - contratação dos seguintes serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual com profissionais ou empresas de notória especialização, vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e***

Matriz: Av. Luiz Paulo Franco, 13º andar - Belvedere/BH
Filial: Rua Ministro Orozimbo Nonato, 442- sala 1317 - Vila da Serra / Nova Lima
(31) 3264-0482/ (31) 3264-0602
libertas@libertas-mg.com.br



III - parecer jurídico e pareceres técnicos se for o caso, que demonstrem o atendimento dos requisitos exigidos;

IV - Demonstração da compatibilidade da previsão de recursos orçamentários com o compromisso a ser assumido;

V - Comprovação de que o contratado preenche os requisitos de habilitação e qualificação mínima necessária;

VI - Razão da escolha do contratado;

VII - justificativa de preço;

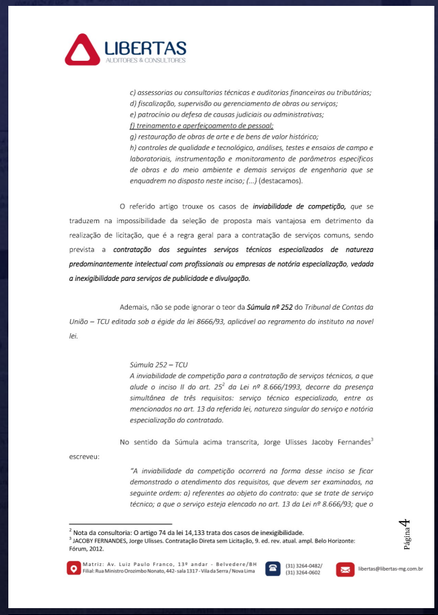
VIII - autorização da autoridade competente.

Parágrafo único. O ato que autoriza a contratação direta ou o extrato decorrente do contrato deverá ser divulgado e mantido à disposição do público em sítio eletrônico oficial.

Assim, recomenda-se que o estudo técnico preliminar e o termo de referência façam a correlação aos requisitos a serem observados para a contratação via inexigibilidade, conforme previsto no art. 18 da referida lei, aplicável às compras diretas:

> *Art. 18. A fase preparatória do processo licitatório é caracterizada pelo planejamento e deve compatibilizar-se com o plano de contratações anual de que trata o inciso VII do caput do art. 12 desta Lei, sempre que elaborado, e com as leis orçamentárias, bem como abordar todas as considerações técnicas, mercadológicas e de gestão que podem interferir na contratação, compreendidos:*
> *I - a descrição da necessidade da contratação fundamentado em estudo técnico preliminar que caracterize o interesse público envolvido;*
> *II - a definição do objeto para o atendimento da necessidade, por meio de termo de referência, anteprojeto, projeto básico ou projeto executivo, conforme o caso;*
> *III - a definição das condições de execução e pagamento, das garantias exigidas e ofertadas e das condições de recebimento;*
> *IV - o orçamento estimado, com as composições dos preços utilizados para sua formação;*
> *V - a elaboração do edital de licitação;*
> *VI - a elaboração de minuta de contrato, quando necessária, que constará obrigatoriamente como anexo do edital de licitação;*
> *VII - o regime de fornecimento de bens, de prestação de serviços ou de execução de obras e serviços de engenharia, observados os potenciais de economia de escala;*
> *VIII - a modalidade de licitação, o critério de julgamento, o modo de disputa e a adequação e eficiência da forma de combinação desses parâmetros, para os fins de seleção da proposta apta a gerar o resultado de contratação mais*

Matriz: Av. Luiz Paulo Franco, 13º andar - Belvedere/BH
Filial: Rua Ministro Orozimbo Nonato, 442- sala 1317 - Vila da Serra / Nova Lima
(31) 3264-0482/ (31) 3264-0602
libertas@libertas-mg.com.br



c) assessorias ou consultorias técnicas e auditorias financeiras ou tributárias;
d) fiscalização, supervisão ou gerenciamento de obras ou serviços;
e) patrocínio ou defesa de causas judiciais ou administrativas;
f) treinamento e aperfeiçoamento de pessoal;
g) restauração de obras de arte e de bens de valor histórico;
h) controles de qualidade e tecnológico, análises, testes e ensaios de campo e laboratoriais, instrumentação e monitoramento de parâmetros específicos de obras e do meio ambiente e demais serviços de engenharia que se enquadrem no disposto neste inciso; (...) (destacamos).

O referido artigo trouxe os casos de ***inviabilidade de competição,*** que se traduzem na impossibilidade da seleção de proposta mais vantajosa em detrimento da realização de licitação, que é a regra geral para a contratação de serviços comuns, sendo prevista a ***contratação dos seguintes serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual com profissionais ou empresas de notória especialização, vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação.***

Ademais, não se pode ignorar o teor da ***Súmula nº 252*** do *Tribunal de Contas da União – TCU editada sob a égide da lei 8666/93, aplicável ao regramento do instituto na novel lei.*

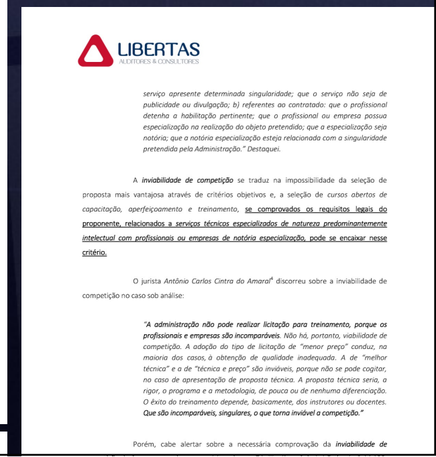
> *Súmula 252 – TCU*
> *A inviabilidade de competição para a contratação de serviços técnicos, a que alude o inciso II do art. 25[2] da Lei nº 8.666/1993, decorre da presença simultânea de três requisitos: serviço técnico especializado, entre os mencionados no art. 13 da referida lei, natureza singular do serviço e notória especialização do contratado.*

No sentido da Súmula acima transcrita, Jorge Ulisses Jacoby Fernandes[3] escreveu:

> *"A inviabilidade da competição ocorrerá na forma desse inciso se ficar demonstrado o atendimento dos requisitos, que devem ser examinados, na seguinte ordem: a) referentes ao objeto do contrato: que se trate de serviço técnico; a que o serviço esteja elencado no art. 13 da Lei nº 8.666/93; que o*

2 Nota da consultoria: O artigo 74 da lei 14.,133 trata dos casos de inexigibilidade.
3 JACOBY FERNANDES, Jorge Ulisses. Contratação Direta sem Licitação, 9. ed. rev. atual. ampl. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

Matriz: Av. Luiz Paulo Franco, 13º andar - Belvedere/BH
Filial: Rua Ministro Orozimbo Nonato, 442- sala 1317 - Vila da Serra / Nova Lima
(31) 3264-0482/ (31) 3264-0602
libertas@libertas-mg.com.br



serviço apresente determinada singularidade; que o serviço não seja de publicidade ou divulgação; b) referentes ao contratado: que o profissional detenha a habilitação pertinente; que o profissional ou empresa possua especialização na realização do objeto pretendido; que a especialização seja notória; que a notória especialização esteja relacionada com a singularidade pretendida pela Administração." Destaquei.

A ***inviabilidade de competição*** se traduz na impossibilidade da seleção de proposta mais vantajosa através de critérios objetivos e, a seleção de *cursos abertos de capacitação, aperfeçoamento e treinamento,* se comprovados os requisitos legais do proponente, relacionados a serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual com profissionais ou empresas de notória especialização, pode se encaixar nesse critério.

O jurista *Antônio Carlos Cintra do Amaral*[4] discorreu sobre a inviabilidade de competição no caso sob análise:

> ***"A administração não pode realizar licitação para treinamento, porque os profissionais e empresas são incompatíveis.*** *Não há, portanto, viabilidade de competição. A adoção do tipo de licitação de "menor preço" conduz, na maioria dos casos, à obtenção de qualidade inadequada. A de "melhor técnica" e a de "técnica e preço" são inviáveis, porque não se pode cogitar, no caso de apresentação de proposta técnica. A proposta técnica seria, a rigor, o programa e a metodologia, de pouca ou de nenhuma diferenciação. O êxito do treinamento depende, basicamente, dos instrutores ou docentes.* ***Que são incomparáveis, singulares, o que torna inviável a competição."***

Porém, cabe alertar sobre a necessária comprovação da ***inviabilidade de***

Posso contratar impulsionamento por inexigibilidade?

Sim, porque cada plataforma é exclusiva

Posso contratar impulsionamento por inexigibilidade?

Sim, porque cada plataforma é exclusiva

Porém, o modelo de pagamento dessas empresas não é compatível com o da Administração Pública (Prefeitura)

Posso contratar impulsionamento por inexigibilidade?

Porém, o modelo de pagamento dessas empresas não é compatível com o da Administração Pública (Prefeitura)

É preciso adotar soluções para viabilizar o impulsionamento legalmente

Posso contratar impulsionamento por inexigibilidade?



O desafio está na conciliação entre a exigência de pagamento antecipado das plataformas e a regra de pagamento após execução do serviço na Administração Pública

SOLUÇÃO

Pagamento via agência licitada

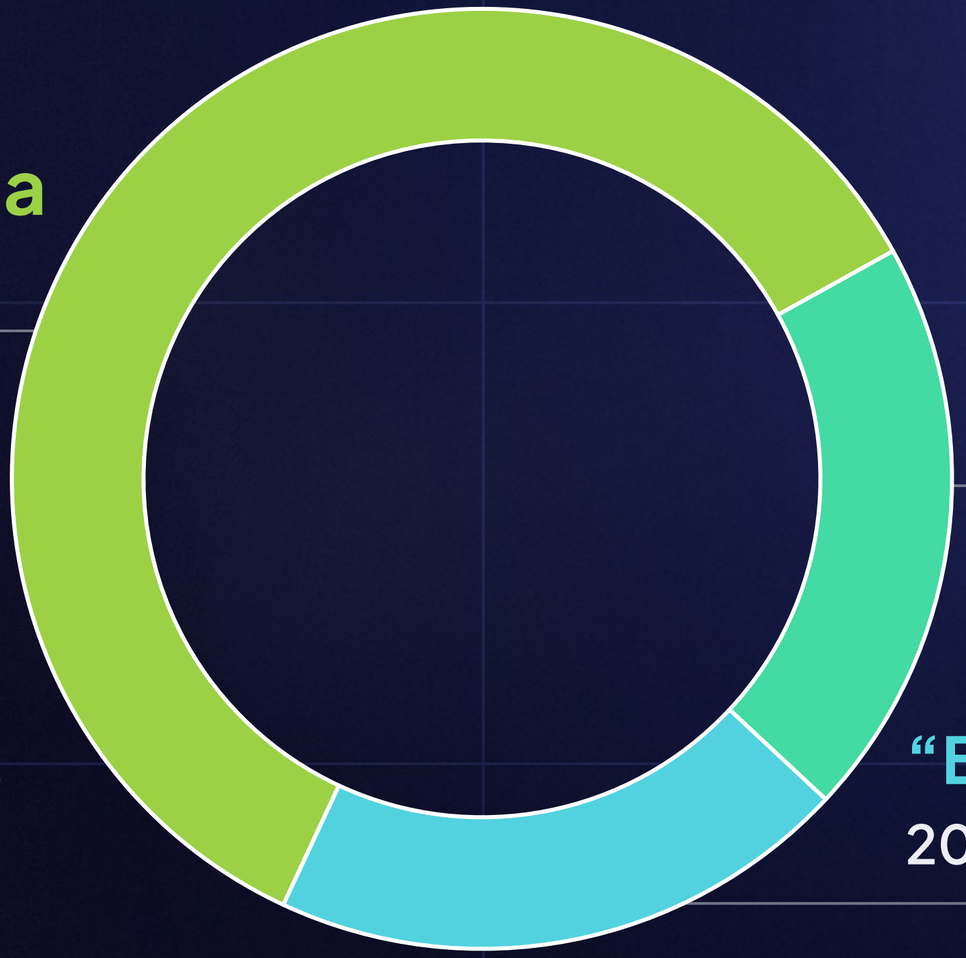
1. Prefeitura contrata agência por licitação
2. Edital prevê que a agência pagará antecipadamente as mídias digitais com recursos próprios
3. Agência compra a mídia, executa e comprova o serviço
4. Prefeitura paga a agência depois da comprovação

Qual a

desvantagem?

Perda de verba de investimento

Compra de mídia
60% do orçamento



Imposto / adm
20% do orçamento

“Bonificação por volume”
20% do orçamento

A solução é buscar um bom embasamento junto ao TCE/TCM/TCU para autorizar a compra direta



- Princípio da economicidade
- Dever constitucional do gestor público é administrar os recursos públicos com eficiência, transparência e responsabilidade

Tipos de licitação na nova lei

MODALIDADES PREVISTAS:

Concorrência

Serviços estratégicos ou complexos; valor superior a R$ 1.430.000,00; julgamento por técnica e preço ou menor preço

Pregão

Serviços comuns e padronizáveis; valor até R$ 1.430.000,00; julgamento por menor preço ou maior desconto

Inexigibilidade de Licitação

Fornecedor exclusivo ou especializado; qualquer valor; negociação direta

Concurso

Trabalhos técnicos ou artísticos; valor variável; melhor técnica ou proposta criativa

Diálogo Competitivo

Soluções inovadoras ou complexas; valor superior a R$ 1.430.000,00; técnica e preço com negociação

Dispensa de Licitação

Contratação direta; valor até R$ 50.000,00 para serviços de comunicação; situações previstas em lei

A licitação para publicidade pode acontecer em dois formatos



Melhor técnica e preço



Melhor técnica

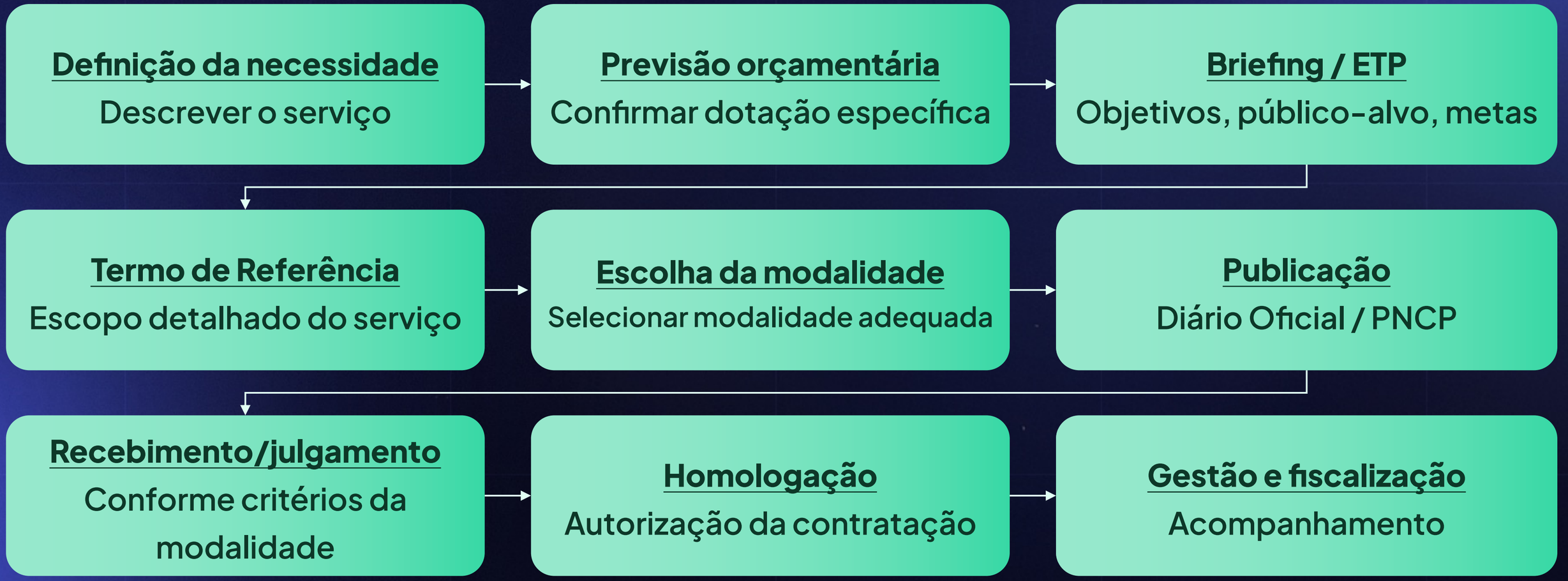


Não vence quem cobra menos. Vence quem apresenta o melhor trabalho

Os contratos de publicidade são os mais fiscalizados



Fluxograma geral de contratação





Um processo de licitação pode levar de 90 dias até 1 ano

(ou mais...)

Defina bons critérios para o edital



Atenção com seus critérios para não cair na mão de fornecedor ruim

Elaborar o edital é responsabilidade do Órgão

Exemplos de critérios:

- Experiência comprovada
- Qualidade técnica da proposta
- Preço
- Lastro financeiro

Defina bem os escopos



Agência de publicidade



Agência digital



Assessoria de imprensa



Pesquisa



Consultorias especializadas



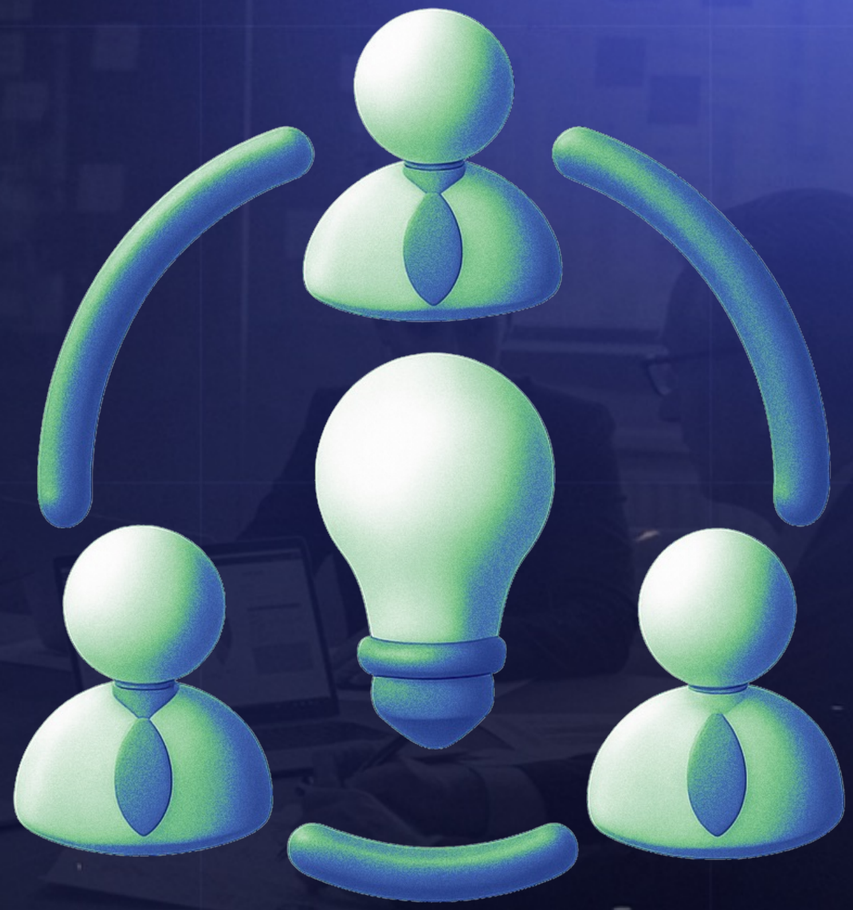
Impulsionamento

Daniele Araújo

CEO da Thera Publicidade, agência com mais de uma década de atuação atendendo **Governos, Prefeituras, Órgãos Públicos e Autarquias.**



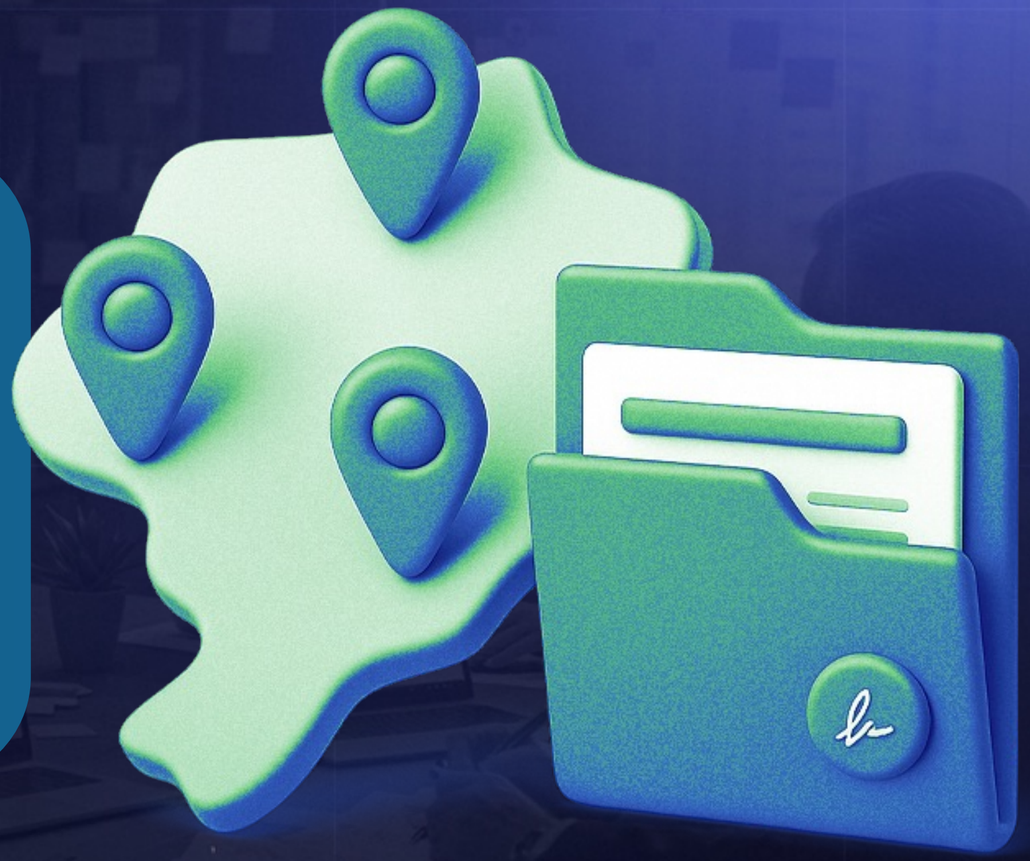
Por que ter uma agência licitada, além da estrutura da SECOM?



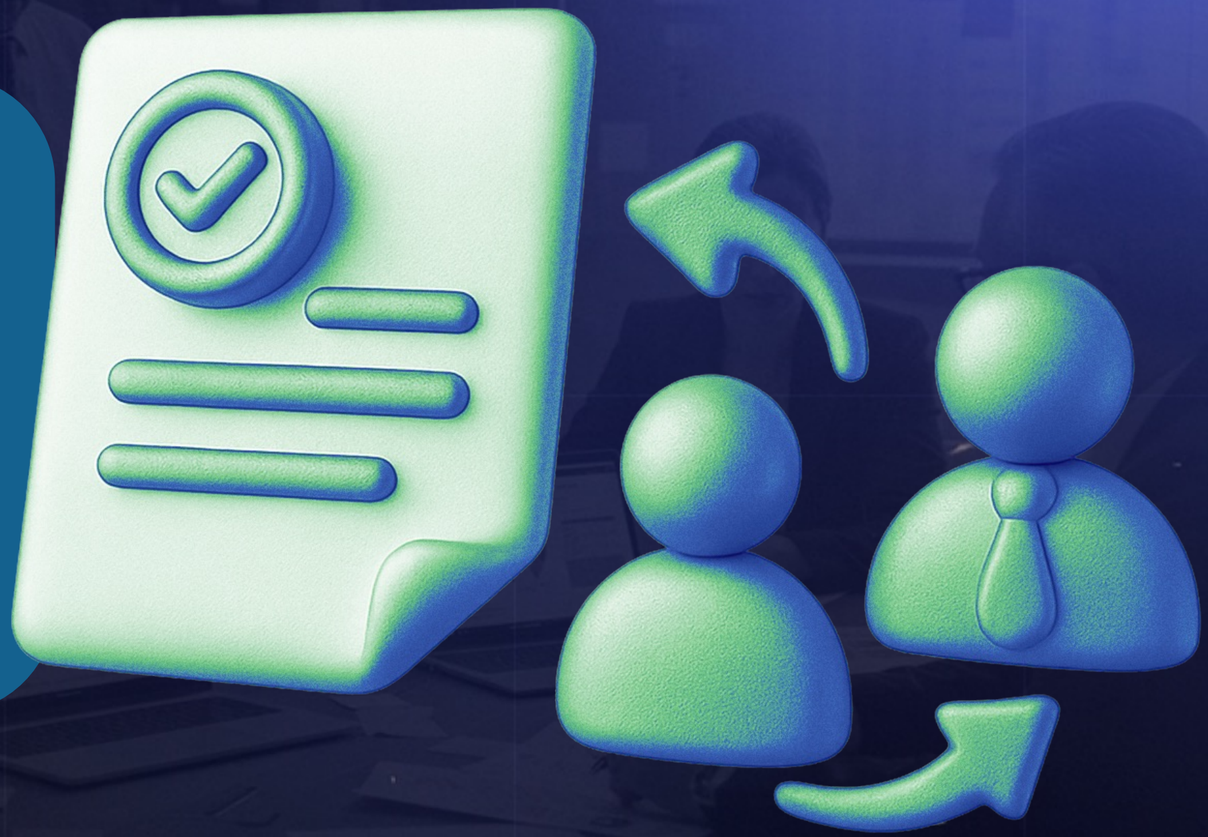
Qualquer agência pode participar das licitações e atender governos e prefeituras?



Só agências da cidade ou mesma região do cliente podem participar da concorrência da licitação?



Tem agência licitada e quer contratar um terceiro com o mesmo escopo da licitação?



A agência contratada da gestão pode atender o gestor?



Posso alocar profissionais da agência dentro da estrutura da gestão?



Secretários ou outros servidores podem receber da agência?



As agências podem contratar ferramentas, banco de imagens, monitoramento e disponibilizar?



MÓDULO 4

Planejamento estratégico de comunicação


POPULAÇÃO
GESTOR
GESTÃO

O que vamos aprender agora é um método estruturado

Objetivos do método

Construir uma reputação sólida

Organizar a comunicação estrategicamente

Maximizar o impacto das ações

Criar narrativas consistentes

Comunicar de formar efetiva



5 pilares do planejamento

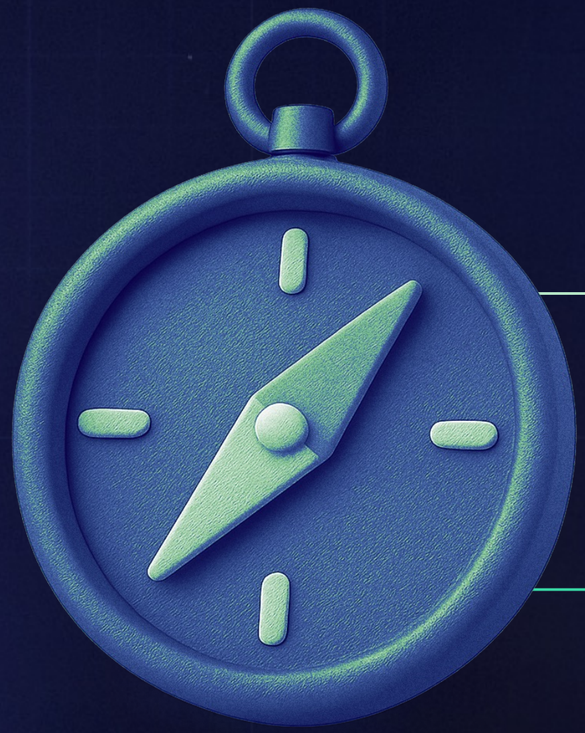
Direção

Escuta

Oferta

Diagnóstico

Planejamento



Direção

OBJETIVOS

Alinhar visão, valores e limites de atuação do governo

Técnicas e fontes

01

Entrevista com o(a) gestor(a), agenda estratégica, compromissos

Entradas

02

Valores prioritários, foco territorial/temático, linhas vermelhas

Saídas

03

Declarações-chave, tom de comunicação, autorização para prioridades

Documentação

04

Registro de entrevista, caderno de mensagens, fala aprovada



Tudo começa a partir da visão e direção de quem está à frente da gestão

Entrevista em profundidade com o gestor



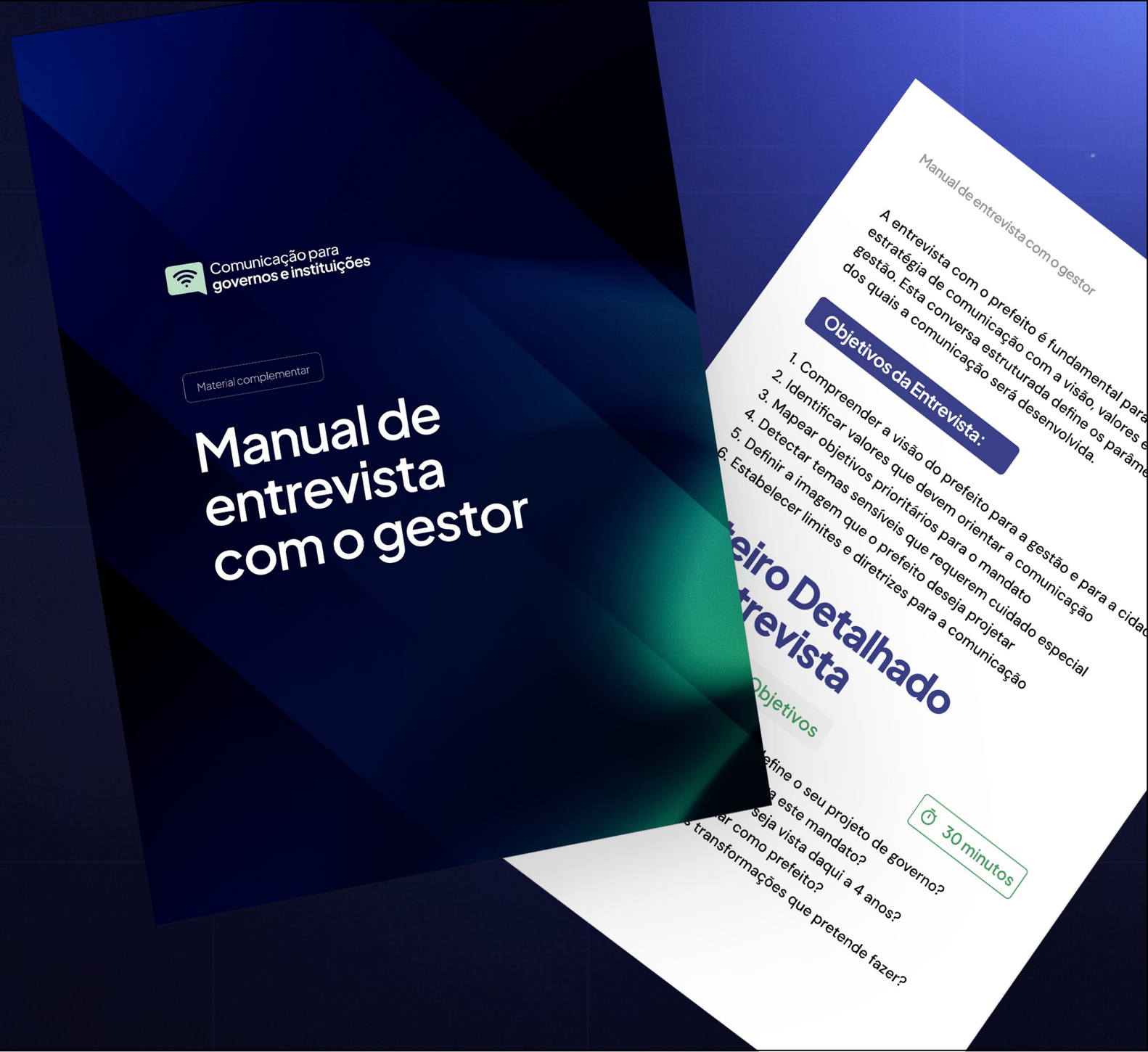


Objetivos da entrevista com o gestor

- Compreender a visão do gestor para a instituição e para o local
- Identificar valores que devem orientar a comunicação
- Mapear objetivos prioritários para o mandato
- Detectar temas sensíveis que requerem cuidado especial
- Definir a imagem que o gestor deseja projetar
- Estabelecer limites e diretrizes para a comunicação

Roteiro de entrevista com gestor

Disponível para download



E não se esqueça daquilo que foi prometido em campanha eleitoral

- Plano de governo
- Debates
- Propagandas
- Reuniões e visitas



Categorize as respostas



Perfil de liderança

Visionário ou Pragmático

Técnico ou Político

Conservador ou Inovador

Centralizador ou Delegador



Valores dominantes

Transparência

Eficiência

Cuidado com pessoas

Desenvolvimento

Inovação

Tradição



Estilo de comunicação do gestor

Formal ou Informal

Técnico ou Popular

Emocional ou Racional

Direto ou Diplomático

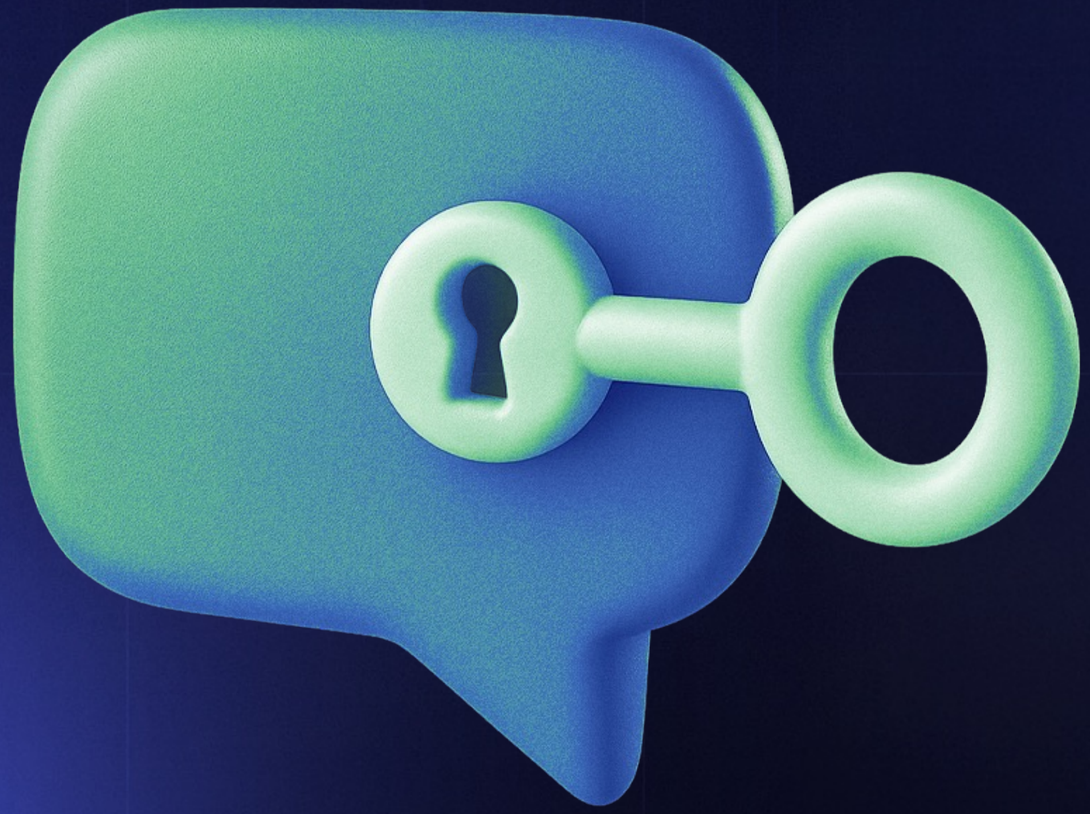
Organize um documento



Todos esses elementos definirão a direção da comunicação

Mas o valor-chave do gestor é a base sobre a qual todo esse direcionamento se sustenta





A definição do valor-chave muda a forma de se comunicar

VAMOS VER ALGUNS EXEMPLOS

ão do
ave
orma
municar


Valor-chave definido pelo gestor
Transparência

Transparência

Prestação de contas clara, com dados acessíveis e linguagem cidadão

- **Formatos:** painel/portal da transparência, infográfico, perguntas e respostas, coletiva
- **Conteúdo:** contratos, critérios, listas (resguardando LGPD), etapas e custos
- **Narrativa:** “você pode conferir”, foco em processo e comprovação
- **Outros:** publicar bases abertas + sumário simples (“onde cada real foi investido”)

Transparência

IDEIA CENTRAL

Veja onde cada real virou casa: 500 moradias entregues, contratos e critérios abertos, confira seu bairro no painel.

Prefeitura de Campo Sol
@prefeituradecamposol

A prefeitura entregou 500 casas e abriu todo o processo. No painel da transparência você encontra critérios, contratos, prazos e entregas por bairro. Dá para acompanhar sua região e entender como cada família foi selecionada.

Acesse o painel e confira os dados da sua cidade.





Valor-chave definido pelo gestor

Eficiência



Eficiência

Fazer mais, melhor e no prazo. Com metas e comparativos

Formatos: comparativos antes/depois, cronômetros de prazo, gráfico de entregas

Conteúdo: metas batidas, prazos, produtividade, custo/benefício

Narrativa: factual e objetiva; usa números e comparação com gestões anteriores

Outros: cronograma público e marcos

Eficiência

IDEIA CENTRAL

Em 22 meses, 500 casas, o dobro da gestão anterior, com 12% menos custo; compare prazos e veja como aceleramos as chaves.

Prefeitura de Campo Sol
@prefeituradecamposol

A prefeitura entregou 500 moradias em 22 meses, com custo por unidade 12% menor. Esse ritmo libera orçamento para novas entregas e encurta a espera de quem precisa.

Veja o cronograma e compare os prazos com o ciclo anterior.





Valor-chave definido pelo gestor

Cuidado com as pessoas

Cuidados com as pessoas

Atenção às necessidades individuais; impacto humano concreto

- **Formatos:** depoimentos, mini-docs, foto autorizada do beneficiário, visita técnica
- **Conteúdo:** histórias reais, mudanças de rotina, serviços que se aproximam
- **Narrativa:** empática, centrada na pessoa beneficiada
- **Outros:** linguagem simples, sem tecnicismo

Cuidados com as pessoas

IDEIA CENTRAL

Chave na mão, vida em ordem: 500 famílias agora têm casa; conheça histórias de quem ganhou endereço e sossego.

Prefeitura de Campo Sol
@prefeituradecamposol

As 500 novas moradias mudam rotinas.
Com a chave, vêm o endereço, a matrícula das crianças e a segurança da noite. É sobre dormir tranquilo e planejar o futuro.

Leia os relatos das famílias e entenda o impacto na vida de cada uma.





Valor-chave definido pelo gestor

Proximidade

Proximidade

Gestão presente nos bairros, acessível e em escuta permanente

Formatos: agendas no território, gabinete itinerante, vídeos curtos no local, WhatsApp comunitário

Conteúdo: calendário de visitas, prestação de contas por região, serviços levados ao bairro

Narrativa: “estamos aqui”, olho no olho, serviço perto de casa

Outros: publicar rota e devolutivas das visitas

Proximidade

IDEIA CENTRAL

Entrega com mutirão no bairro: documentação resolvida ali mesmo. Veja quando estaremos na sua região.

Prefeitura de Campo Sol
@prefeituradecamposol

A prefeitura realizou a entrega no próprio bairro. Foi montado atendimento para tirar dúvidas e resolver documentos no mesmo dia. Sem filas longas no centro, tudo perto de casa.

Consulte o calendário de visitas por região.





Valor-chave definido pelo gestor

Planejamento

Planejamento

Decisões guiadas por dados, fases, cronograma e critérios

Formatos: plano trimestral, cronograma de barras simplificado, listas de verificação de etapas

Conteúdo: prioridades por semestre, marcos e entregas por região

Narrativa: previsibilidade e clareza: o que vem agora, depois e por quê

Outros: explicar critérios de priorização (impacto / risco / viabilidade)

Planejamento

IDEIA CENTRAL

Três fases, cronograma público e prioridade por risco: veja quando sua região recebe as chaves.

Prefeitura de Campo Sol
@prefeituradecamposol

A prefeitura entregou 500 casas em três fases. A organização foi feita por regiões, priorizando áreas de risco, com datas e marcos publicados. Assim, todos sabem o que vem agora, o que vem depois e por quê.

Acompanhe o cronograma e a etapa da sua região.

