SENADO FEDERAL

ILB - Instituto Legislativo Brasileiro
Programa Interlegis
Serviço de Encontros e Oficinas - SEGOEN

PLANO DE ENSINO

Oficina Interlegis de Mídias Sociais

1. Apresentação

A Oficina Interlegis de Mídias Sociais visa capacitar servidores e agentes públicos a utilizarem as ferramentas e plataformas digitais de forma estratégica, garantindo que as Casas Legislativas possam se comunicar com mais eficácia e transparência com os cidadãos. No atual cenário de comunicação digital, o uso correto das mídias sociais é crucial para aumentar o engajamento e alcançar uma audiência diversificada, composta por públicos que demandam informações rápidas, acessíveis e atraentes.

Com a ascensão de plataformas como Instagram, Twitter (X), WhatsApp, TikTok, LinkedIn – para ficar em alguns exemplos- há uma mudança significativa na forma como as mensagens são consumidas. A atenção do público é constantemente disputada, e a comunicação legislativa precisa adaptar-se a esse contexto de dispersão e consumo de mídia individualizado. A oficina oferece subsídios para entender essas mudanças e moldar o conteúdo de maneira a capturar a atenção de forma eficaz, respeitando os limites e diretrizes de cada plataforma.

Ao longo da capacitação, os participantes serão desafiados a pensar além do uso tradicional das mídias sociais, explorando novas possibilidades de engajamento e interlocução com o público. A produção de conteúdo, o planejamento de estratégias e a

análise de métricas serão trabalhados de forma prática, permitindo que os servidores e parlamentares se sintam confiantes para implementar essas ferramentas em suas atividades diárias. Além disso, a oficina também aborda a importância de manter a comunicação institucional alinhada aos princípios republicanos, garantindo que o uso das mídias sociais seja sempre democrático e impessoal, em conformidade com as diretrizes institucionais.

A oficina não se limita à teoria: ela coloca em prática a produção de conteúdo dinâmico, planejando a criação de artes visuais (cards) e pensando a elaboração de vídeos curtos, explorando o que funciona bem em termos de design, narrativa e estratégia de publicação. A capacitação oferece uma visão ampla e atualizada, permitindo que os participantes saiam preparados para adaptar suas rotinas de trabalho ao exigente ambiente digital de hoje.

São abordados temas como:

- A dinâmica da comunicação digital em tempos de múltiplos estímulos e competição pela atenção do público;
- Características e melhores práticas para a produção de conteúdo em plataformas como Instagram, WhatsApp, Twitter (X), Facebook, TikTok e LinkedIn;
- Utilização eficiente de cards, vídeos e outros suportes para aumentar o impacto das publicações;
- Planejamento estratégico de publicações, análise de métricas e reformulação de estratégias com base em dados de desempenho.

2. Justificativa

O Programa Interlegis, uma iniciativa do Senado Federal, tem como objetivo modernizar e promover a transparência nas atividades das casas legislativas municipais e estaduais. Por meio de capacitações, o programa auxilia na construção de um legislativo mais eficiente e transparente. As oficinas Interlegis são treinamentos direcionados a agentes políticos e servidores, oferecendo um conteúdo teórico e prático que é aplicado em discussões, análise de situações-problema e proposição de projetos-modelo. Esses treinamentos são realizados em conformidade com os Atos da Comissão Diretora nº 14 e

da Presidência do Senado Federal nº 22, ambos de 2022, os quais orientam a modernização legislativa em todo o território nacional.

As oficinas, que variam em duração e carga horária, apresentam características interativas e práticas, permitindo que os participantes tenham contato direto com ferramentas legislativas que podem ser aplicadas em seu dia a dia de trabalho. O diferencial dessas oficinas em relação a cursos convencionais é que elas adotam um formato de nivelamento do conhecimento entre os participantes, permitindo a todos operar com autonomia as ferramentas aprendidas.

Entre as oficinas oferecidas, a Oficina Interlegis de Mídias Sociais destaca-se pela centralidade das plataformas digitais nas estratégias para garantir o cumprimento do princípio da publicidade, bem como para aproximar o cidadão das Casas Legislativas e mandatos parlamentares.

A relevância das mídias sociais na comunicação pública é inegável, especialmente no contexto das Casas Legislativas, em que a transparência e o contato com o cidadão são essenciais para o fortalecimento da democracia. A Oficina Interlegis de Mídias Sociais responde a essa necessidade crescente de modernização e eficiência no uso de plataformas digitais, capacitando agentes públicos para que possam ampliar o alcance de suas comunicações e engajar melhor a sociedade nas discussões e decisões do Legislativo.

Além da demanda social por maior transparência e proximidade, a transformação digital impôs um novo ritmo e novas formas de comunicação. Não basta mais apenas informar, é preciso criar conteúdo que ressoe com as audiências de diferentes perfis, atraindo seu interesse e promovendo a interação. As mídias sociais proporcionam essa possibilidade, permitindo não apenas o envio de mensagens, mas a criação de diálogos entre instituições públicas e a população. Nesse contexto, o conhecimento sobre algoritmos, segmentação de público e formatos de conteúdo que melhor performam torna-se essencial para garantir a visibilidade das mensagens legislativas.

A justificativa para a realização dessa oficina também passa pela crescente importância de dados e métricas na comunicação institucional. Hoje, as redes sociais oferecem uma grande quantidade de informações sobre o comportamento do público, e saber como interpretá-las pode fazer a diferença entre uma estratégia de comunicação

bem-sucedida e uma que não atinge seus objetivos. Dessa forma, a oficina vai além da capacitação técnica, fornecendo ferramentas e conhecimentos que capacitam os servidores a avaliar criticamente suas estratégias e ajustá-las conforme necessário, promovendo uma comunicação mais assertiva e eficaz.

Por fim, a oficina atende a uma demanda recorrente das Casas Legislativas por uma comunicação institucional mais moderna e adaptada às realidades digitais. Com um enfoque prático e voltado à aplicação imediata no dia a dia das instituições, ela proporciona um diferencial competitivo para as equipes de comunicação que desejam estar à frente das tendências e desafios impostos pela era digital.

Além disso, essas oficinas desempenham um papel importante na difusão do Programa Interlegis, especialmente para vereadores e deputados estaduais que, muitas vezes, têm seu primeiro contato com o programa por meio desses eventos. Esse contato inicial é essencial para que compreendam as vantagens de adesão ao Programa, que oferece capacitações a um custo muito inferior ao que seria encontrado no mercado. Durante quase 30 anos de existência, o Interlegis tem contribuído para a modernização legislativa em centenas de câmaras municipais por todo o Brasil.

Vale ainda destacar que as Oficinas presenciais do Interlegis são particularmente valiosas para municípios remotos, que, de outra forma, enfrentariam grandes dificuldades logísticas e financeiras para oferecer capacitação aos seus servidores. Esses municípios podem enviar seus servidores para participar das oficinas organizadas em câmaras vizinhas, sem custos adicionais. Por isso, o Programa Interlegis é frequentemente reconhecido como uma política de Estado, devido ao seu papel único em atender às demandas específicas do legislativo municipal e oferecer soluções modernizadoras a partir de uma equipe altamente qualificada de servidores do Senado Federal e de outros órgãos parceiros.

Em uma pesquisa de efetividade realizada entre junho e julho de 2024, os egressos das oficinas Interlegis expressaram um alto nível de satisfação em relação ao impacto, relevância e aplicabilidade dos treinamentos. A relevância do conteúdo e a competência dos instrutores foram particularmente destacados, com pontuações médias de 4,8 em uma escala de 5. Esse feedback confirmou a importância do Programa Interlegis na capacitação legislativa, com 87% dos respondentes afirmando que o programa ajudou a divulgar e fortalecer a imagem do Senado em nível nacional.

A pesquisa também revelou que 39% das câmaras municipais que participaram das oficinas não conheciam o Interlegis antes, o que demonstra o impacto contínuo da ação em alcançar novas instituições legislativas.

3. Ementa

Panorama da comunicação digital contemporânea, desafios e a importância das mídias sociais na comunicação institucional. Psicologia social aplicada à interação nas redes sociais. Práticas para a produção de conteúdo eficaz, como a criação de artes visuais e vídeos. Estratégias de engajamento e crescimento orgânico nas principais plataformas digitais: Instagram, WhatsApp, Twitter (X), Facebook, TikTok e LinkedIn. Planejamento de campanhas de comunicação digital. Ferramentas tecnológicas para produção e gestão de conteúdo. Análise de métricas de desempenho para otimização de estratégias. Elaboração de Políticas de Uso de mídias sociais específicas para Casas Legislativas.

4. Objetivos de aprendizagem

Objetivo Geral:

Capacitar servidores e agentes públicos a produzir e gerenciar conteúdos estratégicos nas principais plataformas de mídias sociais, planejar o trabalho de comunicação digital e medir os resultados, com foco na comunicação institucional das Casas Legislativas e nos mandatos parlamentares.

Objetivos Específicos:

- **Compreender a dinâmica atual da comunicação digital:** Analisar o comportamento do público em um cenário de múltiplas telas, atenção fragmentada e consumo de mídia personalizado, entendendo como esses fatores influenciam a forma de comunicar e engajar nas redes sociais.

- **Produzir conteúdos atrativos e eficazes para diferentes plataformas digitais:** Desenvolver habilidades práticas para criar artes visuais e vídeos curtos que sejam visualmente apelativos, de fácil compreensão e que respeitem os objetivos institucionais. Conhecer as melhores práticas de design e narrativa para cada tipo de suporte.

- **Planejar e estruturar campanhas de comunicação digital:** Elaborar estratégias de comunicação ajustadas às características das diversas plataformas, aos interesses do público e aos objetivos da Casa Legislativa, visando o aumento do alcance e a eficácia das publicações institucionais.

- **Aprimorar o uso de métricas e dados para embasar decisões estratégicas:** Capacitar os participantes a monitorar e interpretar dados e métricas de desempenho das publicações, transformando esses insights em melhorias contínuas no planejamento e execução de campanhas de comunicação.

- **Integrar novas ferramentas tecnológicas ao processo de produção e gestão de conteúdo:** Conhecer e aplicar recursos tecnológicos que otimizam o tempo e a qualidade na produção de conteúdo, além de garantir a eficácia na gestão dos perfis institucionais nas mídias sociais.

- **Estabelecer e adotar Políticas de Uso de mídias sociais:** Compreender a importância de ter regras claras e públicas para o uso das plataformas, garantindo uma atuação republicana, democrática e impessoal, com exemplos práticos de políticas que disciplinam o uso institucional de mídias sociais.

5. Público-alvo

A oficina é direcionada principalmente a servidores e colaboradores das áreas de comunicação de Câmaras Municipais, Assembleias Legislativas e de mandatos parlamentares que busquem aperfeiçoar o uso de mídias sociais para fins institucionais. Além disso, parlamentares — vereadores e deputados estaduais — que desejam aumentar seu engajamento digital e aprimorar a comunicação com os eleitores também podem se beneficiar do curso.

Estudantes e professores de áreas como Comunicação, Jornalismo e Marketing, interessados no uso estratégico de plataformas digitais no setor público, são um público potencial para a oficina, especialmente se houver vagas disponíveis. Da mesma forma, servidores de órgãos do Executivo Municipal ou Estadual, com atuação em áreas correlatas, também podem ser incluídos.

6. Duração e Modalidade

A Oficina será ministrada presencialmente, em município a ser designado e terá a duração de 12 horas.

7. Conteúdo programático

- Introdução à comunicação digital no contexto institucional: desafios e oportunidades.

- Psicologia social aplicada às mídias sociais: como o comportamento humano molda a interação online.

- Estratégias de produção de conteúdo para mídias sociais, com foco na criação de artes visuais (cards) e vídeos curtos.

- Boas práticas para garantir a eficácia das publicações em plataformas como Instagram, WhatsApp, Twitter (X), Facebook, TikTok e LinkedIn.

- A importância do design e da hierarquização de informações para garantir a atratividade e compreensão do conteúdo digital.

- Análise de algoritmos e segmentação de públicos nas principais redes sociais.

- Ferramentas tecnológicas que auxiliam na produção e gestão de mídias sociais, otimizando o tempo e a qualidade do trabalho.

- Planejamento de campanhas de comunicação digital: desde a definição de objetivos até a escolha dos suportes e formatos mais adequados.

- Análise de métricas de desempenho em mídias sociais: como obter, interpretar e aplicar dados para otimizar estratégias de comunicação.

- Exemplos de boas práticas na produção de conteúdo e no uso de redes sociais no contexto legislativo.

- Políticas de uso de mídias sociais nas Casas Legislativas: elaboração e implementação de regras claras e públicas.

- A importância da revisão constante das estratégias de comunicação, com base em dados e feedback do público.

8. Bibliografia

ARONSON, Elliot et al. Psicologia Social. 2. ed. São Paulo: Artmed, 2015.

COZENSA, Ramon M. Por que não somos racionais: o extraordinário poder do irracional sobre nossas decisões. São Paulo: Faro Editorial, 2022.

FLUSSER, V. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

JENKINS, Henry et al. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: New York University Press, 2012.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1964.

9. Programação das aulas

Ordem	Conteúdo
Período 1 – Introdução à comunicação digital:	• Boas-vindas e apresentação dos instrutores e participantes; • Panorama atual da comunicação digital: fragmentação da atenção e consumo de mídia individualizado; • Psicologia social aplicada à comunicação digital: fatores que moldam o comportamento e as interações nas redes sociais; • O papel dos algoritmos na curadoria de conteúdo: como funcionam e como influenciam o alcance das publicações; • O impacto da velocidade da informação e as mudanças no comportamento do consumidor de mídia; • Discussão sobre a convergência midiática e a importância de adaptar-se a múltiplos formatos e plataformas.
Período 2 – Produção de conteúdo para mídias sociais	• A centralidade do conteúdo nas mídias sociais: estratégias de sucesso; • Boas práticas na produção de artes visuais (cards) e vídeos curtos; • Exercício prático: criação de conteúdo digital com base em objetivos institucionais; • Dicas para melhorar a legibilidade e impacto visual das publicações;

	• A importância de roteiros e estruturação de narrativas em vídeos curtos; • Como explorar tendências e formatos em alta para aumentar o engajamento nas redes.
Período 3 – O uso de vídeos e sua importância nas redes sociais	● O papel crescente dos vídeos nas redes sociais; ● Elementos que tornam um vídeo atrativo e engajador; ● Análise coletiva do conteúdo produzido durante o exercício prático, com feedback dos instrutores; ● Duração ideal e formatos recomendados para vídeos em cada plataforma; ● Técnicas para otimizar a produção de vídeos com recursos limitados; ● Ferramentas acessíveis para edição rápida de vídeos e otimização de qualidade.
Período 4 – Planejamento estratégico e análise de métricas	● Estruturação de um plano de comunicação digital, considerando recursos e contexto institucional; ● Revisão das Políticas de Uso de mídias sociais nas Casas Legislativas; ● Ferramentas de análise de métricas: como interpretar os dados de desempenho e utilizá-los para reformular estratégias; ● Importância de revisitar regularmente o planejamento estratégico com base em métricas e feedback do público;

	• Como identificar e corrigir problemas de engajamento e alcance; • Análise de exemplos práticos de estratégias bem-sucedidas em redes sociais.

10. Avaliação

A avaliação dos participantes será contínua, levando em conta a participação ativa nas discussões e exercícios práticos. Além disso, a aplicação dos conceitos durante as atividades propostas servirá como base para aferir o entendimento dos conteúdos.

A emissão do certificado de participação será realizada de forma digital através da plataforma de ensino Saberes, após o aluno concluir a avaliação do curso e do instrutor.

11. Recursos Materiais

Para o sucesso da oficina, é necessário que o espaço disponha de um projetor ou tela que garanta visibilidade, que possa ser conectado ao computador do instrutor pela entrada HDMI, sistema de som adequado, que possa ser conectado ao computador do instrutor via P2, microfone, passador de slides, Wi-Fi disponível para instrutores e participantes. Esses também devem contar com smartphones ou laptops que permitam o uso das plataformas de mídias sociais durante os exercícios.