



PLANO DE COMUNICAÇÃO DA REDE LIDERAGOV

Carolina Resende

Contrato No 000236/2024-0

Produto 02

20/01/2025



2025



CAROLINA COSTA RESENDE

**PLANO DE COMUNICAÇÃO DA REDE LIDERAGOV:
proposta de canais, matriz e plano de ação para os próximos 12 meses**

Relatório apresentado ao Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI) como requisito para a conclusão do produto 02 do contrato nº 000236/2024-0.

Autoria: Carolina Costa Resende – doutora em psicologia (PUC Minas, 2014) com doutorado sanduíche na Universidade Paris Descartes (CAPES, 2012). Professora convidada do Programa LideraGOV (desde a primeira turma). Consultora Individual do Fundo dos Povos das Nações Unidas (desde 2020). Professora universitária (desde 2007). Pró-reitora de extensão da PUC Minas (desde 2022).

Gestor de Referência: Sílvia Maria Barros – Chefe da Divisão de Inovação em Desenvolvimento de Pessoas na Coordenação-Geral de Desempenho e Desenvolvimento de Pessoas da Secretaria de Gestão de Pessoas do Ministério da Inovação em Serviços Públicos (DIDEP/CGDDP/DECAR/SGP/MGI).



Lattes: [ID - 8264600425128345](#)

Linkedin: [carolina-resende-psi](#)

Insta: [psi_carolinaresende](#)

BRASÍLIA

2025

INTRODUÇÃO.....	5
Infográfico 01: Evolução da Rede LideraGOV.....	12
Fonte: Elaborado pelo autor.....	12
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	12
1. PLANO DE COMUNICAÇÃO: diretrizes para comunicação em rede.....	21
1.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação do plano.....	23
1.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizado o plano de comunicação.....	25
1.3 Organograma da Rede LideraGOV.....	28
2. MATRIZ DE COMUNICAÇÃO: canais para o sucesso do engajamento.....	32
Figura 02: Representação da Martriz de Comunicação.....	36
Fonte: elaborado pelo autor.....	36
Esse exemplo de matriz permite abordar diferentes públicos em um fluxo sistematizado, de tal forma que vários dispositivos de comunicação possa ter uma ação complementar e mais bem alinhada ao propósito estratégico da Rede LideraGOV.....	38
2.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação do plano.....	38
2.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizado o plano de comunicação.....	40
3. REDE ALUMNI LIDERAGOV: Plano de Conteúdo para um Ambiente Virtual de Aprendizagem.....	43
3.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação da rede.....	46
3.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizada a rede.....	49
3.3 Trilha do Egresso na Rede LideraGOV.....	51
4. SITE DA REDE LIDERAGOV: o portal institucional.....	55
4.1 Diagnóstico da Situação Encontrada: Descritivo Tecnológico e de Serviços.....	55
4.1.1 Recomendações para o Desenvolvimento do Portal.....	56
4.2 Recomendações Estratégicas para a Implementação.....	57
4.3 Desenvolver um Repositório para os Trabalhos dos Alunos: Facilitando a Visibilidade da Produção da Rede.....	59
5. REDES SOCIAIS LIDERAGOV: Canais para Maior Conexão.....	62
5.1 Podcast e YouTube como Canais Integrados de Comunicação.....	63

6. METODOLOGIA.....	72
A presente metodologia fundamenta-se em uma abordagem qualitativa e quantitativa, projetada para desenvolver um Plano de Comunicação Estratégico voltado ao fortalecimento de redes colaborativas no setor público. O desafio central está na integração de diferentes áreas do conhecimento – como Ciências Gerenciais, Comunicação e Relações Públicas – em um contexto que exige inovação, engajamento e uma abordagem adaptativa. Para esse fim, foi adotado o TEvEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas) como ferramenta metodológica central, reconhecida por sua capacidade de estruturar processos dinâmicos e colaborativos em redes não lineares (Shana, 2019; Resende, 2022).....	72
Fonte: elaborado pelo autor.....	78
7. ANÁLISE DE RISCOS.....	79
7.1 Matriz SWOT – análise de riscos do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV..	80
7.2 Análise de Riscos Prioritários:.....	85
7.3 Matriz de Probabilidade x Impacto para o Plano de Comunicação da Rede LideraGOV.....	86
Fonte: elaborado pelo autor.....	88
Infográfico 04: Matriz de priorização de riscos.....	89
Fonte: elaborado pelo autor.....	89
8. PLANO DE AÇÃO: cronograma de implantação.....	89
8.1 Régua Única do Tempo: Estruturando o Cronograma.....	90
Fonte: elaborado pelo autor.....	95
8.2 Iniciativas Estratégicas.....	96
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	97

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA REDE LIDERAGOV: canais e matriz

SUBTÍTULO (SE HOUVER) - SEM NEGRITO

INTRODUÇÃO

A Rede LideraGOV, formalizada em 2022, emerge não como mero artefato de *networking* entre egressos do programa homônimo, trata-se, de fato, de um complexo ecossistema figital¹ em constante evolução. A proposta central consiste em constituir um *hub* de lideranças governamentais, um espaço de cocriação, aprendizado contínuo e geração de valor para a gestão pública, articulando uma teia imbricada de interações humanas mediadas por tecnologias digitais e pesquisas científicas. Essa natureza híbrida, intrinsecamente ligada à transformação da liderança no setor público, demanda uma estratégia de comunicação que transcendia a mera narrativa descritiva para fins de divulgação. É preciso aprofundar na problematização dos desafios e oportunidades que se apresentam ao cenário do poder executivo federal do Brasil atual.

O Programa LideraGOV, ao se propor a formar líderes públicos transformadores, cria um terreno fértil para o desenvolvimento de uma rede colaborativa que estenda os impactos da formação para além do ciclo programático. A Rede, portanto, herda não apenas os egressos, mas também os valores e a visão de futuro que animam o programa, configurando-se como um espaço de continuidade e aprofundamento da experiência formativa.

A pergunta-chave que orienta este plano de comunicação é: Como alavancar o potencial da Rede LideraGOV e consolidá-la enquanto um vetor estratégico de inovação e excelência na administração pública brasileira, considerando suas especificidades figitais e os desafios de engajamento inerentes a redes colaborativas em constante expansão? A resposta para essa questão é complexa e está sendo elaborada em etapas no âmbito do contrato nº 000236/22024-0.

O primeiro relatório foi dedicado ao diagnóstico da Rede LideraGOV em suas múltiplas dimensões, iniciando por uma análise contextualizada de sua gênese e finalidade para, então,

¹ Integração entre o físico e o digital, caracterizando ambientes híbridos onde interações e atividades ocorrem simultaneamente nos dois meios.

englobar a análise do perfil e expectativas dos seus membros. Nesse cenário, a dimensão fígtal da Rede LideraGOV merece especial atenção. Ao contrário de redes tradicionais, que se baseiam predominantemente em interações presenciais, a Rede em questão opera em um ambiente híbrido, onde o físico e o digital se interpenetram, criando novas possibilidades e desafios. A utilização de plataformas online para comunicação, *networking* e compartilhamento de conhecimento, embora amplie o alcance e a flexibilidade das interações, também impõe limitações e exige estratégias específicas para manter o engajamento e promover a coesão entre os membros.

Os canais de comunicação utilizados pela Rede LideraGOV², portanto, devem ser analisados sob essa ótica fígtal. Plataformas como o WhatsApp, embora amplamente utilizadas para a comunicação informal, apresentam limitações significativas em termos de organização, acesso a informações e construção de um repositório de conhecimento compartilhado. A dependência excessiva dessas ferramentas pode fragmentar a comunicação e dificultar o desenvolvimento de uma identidade coletiva forte. Por outro lado, o uso estratégico de plataformas digitais mais integradas, conectadas a sistemas governamentais e com funcionalidades de *networking*, fórum de discussão e compartilhamento de conhecimento, pode potencializar a colaboração e ampliar o impacto da Rede. Esse tipo de análise detalhada dos canais de comunicação atuais e suas limitações, a ser desenvolvida nos próximos capítulos, constitui um passo essencial para a formulação de um plano estratégico de comunicação.

A complexidade da Rede LideraGOV, portanto, reside na interação entre seus aspectos estratégicos, formativos, colaborativos e tecnológicos (figitais). Ao analisar seus canais de comunicação sob essa perspectiva multifacetada, o presente documento busca não apenas descrever a situação atual, mas também problematizar seus desafios, a fim de inspirar *insights* capazes de engendrar soluções inovadoras, contribuindo para a consolidação de uma cultura de gestão pública alicerçada em um modelo de liderança mais eficiente, eficaz, representativo, criativo, inclusivo e ético.

² Contrato nº 000236/2024 celebrado entre o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e Carolina Costa Resende, com vigência de 25/10/2024 a 22/08/2025, para aprimorar o funcionamento da Rede LideraGOV. Link [Relatório ONU_23.12.24](#)

Os próximos capítulos destrincharão as análises e recomendações propostas, convidando gestores, egressos e parceiros a se engajarem ativamente nesse processo de cocriação e aprimoramento contínuo da Rede LideraGOV. O primeiro capítulo é destinado à definição conceitual, bem como os recursos necessários para a construção de um plano de comunicação para a Rede LideraGOV. O segundo capítulo, por sua vez, apresenta uma breve síntese a respeito de matriz de comunicação, com enfoque em canais mais significativos para o sucesso do engajamento do público-alvo da Rede. O terceiro capítulo se refere a um primeiro exercício ensaístico acerca da Rede *Alumni* LideraGOV, enfatizando o conteúdo a ser contemplado e a interação com o repositório e o ambiente virtual de aprendizagem (AVA) do Programa LideraGOV. O quarto capítulo lança luz para o *site* da Rede LideraGOV, o qual deve ser pensado como parte do sistema de tecnologia e de comunicação do Programa como um todo. O capítulo faz uma breve análise crítica das redes sociais já utilizadas pelo LideraGOV, propondo ações de melhoria no sentido de fortalecer o engajamento do público e ampliar a visibilidade do programa.

A metodologia de trabalho utilizada para a elaboração do presente plano de comunicação é apresentada no capítulo 6, com destaque para o método TEVEP de planejamento e gestão de redes colaborativas voltadas para a inovação. O capítulo 7, em seu turno, apresenta uma proposta de cronograma de implantação das ações. Diante desse panorama, nas considerações finais, é possível encontrar uma breve contextualização a respeito dos produtos resultantes da segunda etapa, bem como as perspectivas para a terceira etapa do trabalho.

O presente trabalho se apresenta ainda como um marco de reflexão crítica a respeito do papel de um consultor individual na prestação de serviço para o poder público. A função de apoiar o planejamento estratégico e programático de uma política pública é tanto mais enriquecida, à medida que o trabalho de escuta ativa se traduz na forma de análises contextuais sobre temas relevantes. Tais análises, por sua vez, precisam deixar claro o caminho de gestão, promoção e disseminação do conhecimento cujos relatórios servem de guia para construir e aprimorar ferramentas e metodologias, com as devidas orientações sobre como identificar oportunidades de mobilização de recursos e de desenvolvimento de parcerias relevantes.

A introdução (páginas 5-7) contextualiza a Rede LideraGOV, destacando sua formalização em 2022 e seu papel como um ecossistema digital em constante evolução. A proposta central é constituir um hub de lideranças governamentais, promovendo cocriação,

aprendizado contínuo e geração de valor para a gestão pública. A introdução também define a pergunta-chave que norteia o plano de comunicação: "Como alavancar o potencial da Rede LideraGOV e consolidá-la enquanto um vetor estratégico de inovação e excelência na administração pública brasileira, considerando suas especificidades figitais e os desafios de engajamento inerentes a redes colaborativas em constante expansão?". Os três primeiros parágrafos da introdução são dedicados à contextualização da Rede LideraGOV, seu propósito e desafios. Os parágrafos seguintes abordam a dimensão figital da Rede, a importância da análise dos canais de comunicação sob essa ótica, e a complexidade da Rede em seus aspectos estratégicos, formativos, colaborativos e tecnológicos. O último parágrafo da introdução descreve brevemente o conteúdo dos capítulos subsequentes, a metodologia de trabalho (TEVEP) e o papel do consultor individual na prestação de serviço para o poder público.

O plano de comunicação é definido como um documento estratégico essencial para articular os processos comunicativos da Rede LideraGOV (páginas 12-20). Inicialmente, o documento aborda a definição do plano de comunicação (páginas 12-14), incluindo a definição do público-alvo, objetivos comunicativos, desenvolvimento de mensagens-chave, escolha de canais, estratégias comunicativas e métricas de avaliação. Em seguida, discute-se a necessidade de uma infraestrutura tecnológica sólida (páginas 14-16), incluindo uma plataforma online centralizada, gestão de redes sociais, produção de conteúdo visual, ferramentas para comunicação síncrona, mapeamento de competências e consolidação de um banco de imagens e vídeos. Posteriormente, são detalhados os perfis profissionais necessários para a execução do plano (páginas 16-18), incluindo gestor de comunicação, analista de mídias sociais, produtor de conteúdo, designer gráfico, assessoria de imprensa e outros perfis como especialistas em TI, analistas de dados e coordenadores de projetos. À guisa de conclusão, evidencia-se que o documento apresenta a estrutura organizacional da Rede (páginas 18-20) em três níveis hierárquicos: estratégico, tático e operacional. Descreve as funções do Grupo Gestor, Equipe de Moderação e Curadoria, Grupos de Trabalho e Comissões Regionais, além da interação com parceiros institucionais. Inclui um organograma visual (Figura 1) e uma lista de referências bibliográficas.

A matriz de comunicação é apresentada como uma ferramenta estratégica para organizar e coordenar os elementos fundamentais da comunicação da Rede LideraGOV (páginas 22-24). Explica-se como a matriz sistematiza e interliga mensagens, públicos, canais e objetivos (páginas 22-24), garantindo que as mensagens atinjam os públicos-alvo apropriados. Um exemplo de matriz de comunicação simplificado é apresentado (Quadro 1). Reforça-se a importância de uma infraestrutura tecnológica eficiente (páginas 24-26), incluindo uma plataforma online centralizada, softwares de gestão de redes sociais, ferramentas de videoconferência, produção de conteúdo multimídia, sistemas de armazenamento em nuvem, ferramentas de e-mail marketing e análise de dados. Detalham-se os perfis profissionais necessários para operacionalizar a matriz de comunicação (páginas 26-28), incluindo gestor de comunicação, analista de comunicação, designer gráfico, gestor de conteúdo, analista de mídias sociais e desenvolvedor web. O documento inclui uma lista de referências bibliográficas.

O foco se volta para a Rede Alumni LideraGOV (páginas 30-34), onde é proposto um plano de conteúdo para um ambiente virtual de aprendizagem. A Rede Alumni é posicionada como uma iniciativa estratégica para consolidar uma comunidade de ex-alunos engajada e comprometida com o fortalecimento da gestão pública (páginas 30-32). Aborda-se a importância de programas de networking, mentoria, oferta de incentivos não remuneratórios, oportunidades de voluntariado, programas de reunião, serviços de carreira e reconhecimento de conquistas. Uma figura (Figura 1) ilustra o ciclo virtuoso das ações que combinam comunicação e oferta de serviços aos egressos. São detalhadas as ferramentas tecnológicas necessárias para a Rede Alumni (páginas 33-34), incluindo uma plataforma online centralizada, uso estratégico de redes sociais, ferramentas de comunicação síncrona e assíncrona, sistemas de Customer Relationship Management (CRM), produção de conteúdos audiovisuais e integração da plataforma com outros sistemas governamentais. Descrevem-se os perfis profissionais necessários para a gestão da Rede Alumni (páginas 35-36), incluindo especialistas em gestão de redes colaborativas, comunicação estratégica, planejamento estratégico, análise de dados, coordenação de atividades, mobilização e engajamento. Em última análise, a trilha do egresso é apresentada como um processo de imersão estratégica (páginas 37-39), incluindo e-mail de boas-vindas, configuração do perfil, ambientação, consolidação da participação, curadoria de conteúdo, programa de mentoria,

estímulo à participação ativa e à inovação. Inclui uma figura (Figura 2) que representa o fluxograma da trilha do egresso.

O portal institucional da Rede LideraGOV é analisado (páginas 40-42), abordando seu potencial de aprimoramento tecnológico e de serviços. Inicialmente, o portal é descrito como um repositório central de informações e ponto de interação entre os egressos (página 40). Em seguida, são analisadas as características tecnológicas do portal, suas limitações e os serviços oferecidos (página 41). Propõe-se a reestruturação do portal (página 42), com foco em uma plataforma integrada e própria, aprimoramento do sistema de busca, implementação de práticas inclusivas, dashboards interativos e estratégia de atualização contínua do conteúdo. São detalhadas recomendações estratégicas (páginas 42-45), incluindo o desenvolvimento de uma plataforma digital própria e integrada, integração com bases de dados governamentais, canais segmentados de comunicação interna, aprimoramento da gestão de membros, qualificação e diversificação do conteúdo do portal e promoção ativa da Rede. Nesse sentido, é proposta a criação de um repositório digital para os trabalhos dos alunos (páginas 45-47), detalhando sua funcionalidade, diversidade dos trabalhos a serem incluídos e os benefícios da implementação. Inclui uma lista de referências bibliográficas.

A presença da Rede LideraGOV nas redes sociais é analisada (páginas 48-49), identificando limitações e potencialidades, e propondo recomendações para uma atuação mais estratégica e engajadora. Examina-se o uso do WhatsApp e do LinkedIn (página 48), destacando suas limitações e potencialidades. Sugere-se a formulação de uma estratégia de comunicação integrada (página 49), com objetivos claros, calendário editorial consistente, produção de conteúdos variados e relevantes, e a profissionalização da gestão das redes sociais. Também é abordada a importância do monitoramento contínuo dos resultados. Inclui uma lista de referências bibliográficas.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do Plano de Comunicação é detalhada (páginas 51-56), fundamentada em uma abordagem qualitativa e quantitativa, e na ferramenta metodológica TEVEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas). Descreve-se a abordagem metodológica, a integração de dados empíricos e análises teóricas, e a escolha do TEVEP como ferramenta central (páginas 51-52). Explica-se os sete fundamentos do TEVEP (utilidade, inerência, expectativa, inovação, logística, complexidade e relevância) e sua aplicação na análise

e estruturação das ações comunicacionais (páginas 52-53). Detalham-se as etapas de desenvolvimento do Plano de Comunicação (páginas 53-54), incluindo análise diagnóstica, desenvolvimento do plano, validação e a proposta de um workshop de capacitação sobre o TEVEP. Descreve-se o processo de coleta e análise de dados (páginas 54-55), incluindo entrevistas semiestruturadas, reuniões com a equipe gestora, e a análise de dados baseada nos fundamentos do TEVEP. Reforça-se a importância do TEVEP como solução estratégica e inovadora para a construção do Plano de Comunicação (páginas 55-56), destacando sua abordagem interdisciplinar, seus sete fundamentos e sua aplicação prática.

É apresentado um plano de ação detalhado para a implementação da Rede LideraGOV (páginas 57-61), incluindo etapas, responsáveis, prazos e objetivos. O plano de ação é contextualizado (pagina 57), destacando sua estruturação sistemática. Apresenta-se o cronograma de atividades (páginas 57-61), dividido em etapas: Diagnóstico Inicial e Planejamento Estratégico (Janeiro a Fevereiro), Desenvolvimento e Lançamento da Plataforma Centralizada (Março), Capacitação dos Gestores e Comunicação Interna (Abril), Lançamento Oficial nas Redes Sociais (Maio), Implementação do Programa de Mentoria (Junho - Agosto), Avaliação de Impacto Inicial (Setembro) e Desenvolvimento do Repositório Digital (Setembro), Consolidação e Expansão da Rede (Outubro-Dezembro). Inclui quadros que detalham as ações, descrição, objetivo, responsável, prazo e análises reflexivas para cada etapa, além de um quadro com indicadores de sucesso e um cronograma visual.

O documento apresenta as considerações finais (pagina 62). Reforça-se que o plano de ação é um guia estratégico e poderá ser ajustado conforme as necessidades da Rede e a disponibilidade de recursos. Destaca-se a importância do engajamento dos egressos, do apoio institucional, da gestão eficiente dos recursos e da comunicação constante e transparente. Lista-se os resultados esperados, incluindo a consolidação da Rede LideraGOV como um espaço de referência para líderes públicos, o aumento do engajamento dos egressos, a melhoria da comunicação interna, uma estrutura de governança transparente e colaborativa, e o reconhecimento do impacto positivo do Programa LideraGOV. Define-se os próximos passos, incluindo a apresentação do plano de ação aos gestores da Rede LideraGOV para aprovação e validação, a definição dos responsáveis por cada atividade e os recursos necessários para a implantação, o início da implementação das ações e o monitoramento dos resultados.

Infográfico 01: Evolução da Rede LideraGOV

FonreFom

Evolução da Rede LideraGOV: Trajetória de Transformação

Fonte: Elaborado pelo autor

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Sumário Executivo apresenta, de forma estratégica e orientada à ação, os pilares essenciais do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, articulando objetivos centrais, etapas críticas de implementação e impactos esperados. Mais do que um roteiro operacional, o plano se estrutura como um instrumento estratégico para fortalecer a identidade institucional, ampliar a articulação entre os atores envolvidos e potencializar o engajamento da Rede. Ao integrar diretrizes organizacionais a práticas comunicacionais eficazes, busca-se não apenas garantir a disseminação de informações, mas consolidar um ecossistema comunicacional coeso e responsável. Nesse sentido, cada etapa do plano é concebida como parte de um ciclo dinâmico de aprimoramento contínuo, permitindo ajustes adaptativos e mensuração precisa dos resultados. Assim, este documento configura-se como um guia essencial para gestores e stakeholders, oferecendo não apenas um diagnóstico da comunicação atual, mas uma estrutura orientada à sua evolução e sustentabilidade estratégica.

PARTE 1: contextualização e objetivos

A Rede LideraGov, criada em 2019 pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), representa uma iniciativa pioneira no desenvolvimento de lideranças no setor público federal brasileiro. Esta rede surge como resposta à necessidade crescente de modernização e transformação da gestão pública, estabelecendo-se como um polo de formação e conexão entre líderes públicos comprometidos com a excelência no serviço público.

A missão central da Rede LideraGov concentra-se no desenvolvimento e conexão de lideranças públicas para a transformação do Estado brasileiro. Esta missão se sustenta em valores fundamentais como a inovação na gestão pública, o desenvolvimento contínuo, a colaboração e troca de experiências, e a busca incessante pela excelência nos serviços públicos. Estes elementos formam a base ideológica que orienta todas as ações e programas da rede.

O público-alvo da Rede se divide em dois segmentos principais. O público primário engloba servidores públicos federais em posição de liderança, egressos dos programas de formação e potenciais participantes dos programas. Já o público secundário abrange servidores públicos em geral, membros da comunidade acadêmica e demais setores da sociedade interessados em gestão pública. Esta segmentação permite uma abordagem mais precisa e efetiva nas estratégias de comunicação.

O contexto atual apresenta desafios significativos que justificam a elaboração de um plano de comunicação funcional. Observa-se uma necessidade premente de fortalecimento da comunicação institucional, aliada à demanda por maior visibilidade das ações e resultados alcançados pela Rede. Simultaneamente, identifica-se uma oportunidade singular de expansão do alcance e impacto da Rede, embora persistam desafios relacionados à integração entre diferentes programas e iniciativas.

O objetivo geral deste plano de comunicação consiste em estabelecer uma comunicação institucional efetiva e integrada para a Rede LideraGov, com foco no fortalecimento da presença digital e no engajamento com os públicos-alvo. Este objetivo se desdobra em objetivos específicos que incluem a ampliação da visibilidade da Rede e seus programas, o estabelecimento de canais efetivos de comunicação, a criação de uma identidade visual e comunicacional consistente, o desenvolvimento de conteúdo relevante e estratégico, e a promoção do engajamento da comunidade.

Os resultados esperados com a implementação deste plano incluem o maior reconhecimento da Rede como referência em formação de lideranças, o aumento significativo do engajamento nos canais de comunicação, o fortalecimento da comunidade de egressos e a intensificação do compartilhamento de conhecimento e experiências. O sucesso destas iniciativas será mensurado através de indicadores específicos, incluindo métricas de engajamento nas redes sociais, número de acessos ao portal institucional, participação em eventos e iniciativas, feedback dos stakeholders e alcance das publicações e conteúdos.

PARTE 2: estratégias e canais

O desenvolvimento da estratégia de comunicação da Rede LideraGov fundamenta-se em uma abordagem multicanal integrada, onde cada plataforma desempenha um papel específico e complementar na construção da presença digital institucional. O portal institucional estabelece-se como o epicentro desta estratégia, funcionando como um hub central de informações e conteúdos. Este portal apresenta uma nova arquitetura de informação, contemplando áreas específicas para programas de formação, biblioteca de conteúdos, agenda de eventos, área do egresso e seção de notícias, proporcionando uma experiência de navegação intuitiva e eficiente para os usuários.

No âmbito das redes sociais, o LinkedIn emerge como o canal principal para conteúdo profissional, focando na disseminação de cases de sucesso, artigos técnicos e oportunidades de desenvolvimento. Esta plataforma serve como espaço privilegiado para o networking profissional e a construção da autoridade institucional da Rede. Paralelamente, o Instagram assume o papel de canal de maior proximidade com o público, apresentando conteúdos mais dinâmicos e interativos, incluindo stories com bastidores, posts informativos e depoimentos de participantes.

A estratégia contempla ainda a produção de um podcast institucional, estabelecido como programa periódico com conteúdo especializado. Este formato permite a exploração aprofundada de temas relevantes através de entrevistas com lideranças, debates sobre gestão pública e compartilhamento de experiências práticas. O canal no YouTube complementa a estratégia audiovisual, servindo como plataforma para a disseminação de conteúdo educativo, palestras, eventos e tutoriais.

Um elemento fundamental da estratégia é o estabelecimento de um repositório digital sólido, que funciona como uma base de conhecimento centralizada. Este repositório organiza e

disponibiliza produções acadêmicas, materiais didáticos, documentos técnicos e casos práticos, constituindo um acervo valioso para o desenvolvimento contínuo dos participantes da Rede.

A identidade visual da Rede recebe atenção especial nas diretrizes de comunicação, com a padronização de elementos visuais em todos os canais. Esta padronização abrange logo, cores institucionais, tipografia e templates, garantindo consistência e reconhecimento da marca em todas as interfaces de comunicação. O tom de voz institucional é cuidadosamente calibrado para ser simultaneamente profissional e acessível, técnico quando necessário, e sempre inspirador e motivacional.

A linguagem utilizada adapta-se conforme o canal e o público-alvo, mantendo-se formal em comunicações oficiais, técnica em conteúdos específicos, e mais informal nas redes sociais. Esta flexibilidade permite uma comunicação efetiva com diferentes segmentos do público, mantendo sempre a clareza e objetividade como princípios norteadores.

O formato do conteúdo é especificamente definido para cada canal, considerando suas características e dinâmicas próprias. No LinkedIn, privilegiam-se posts longform e artigos técnicos. No Instagram, o foco recai sobre conteúdos visuais e interativos. O podcast mantém uma estrutura de episódios de 30-45 minutos com roteiros bem definidos, enquanto o YouTube abriga desde vídeos educativos até lives temáticas. O portal institucional, por sua vez, concentra-se em textos aprofundados e documentos oficiais.

PARTE 3: implementação

A implementação do plano de comunicação da Rede LideraGov estrutura-se em um cronograma minucioso que se estende de abril a setembro de 2024, dividido em três fases estratégicas. A primeira fase, denominada Planejamento e Produção, abrange o período de abril a julho de 2024, caracterizando-se por um trabalho intensivo de estruturação e desenvolvimento de conteúdo, conduzido através de reuniões quinzenais do Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação.

O mês de abril de 2024 marca o início efetivo do projeto com a formação do GT e o estabelecimento dos processos fundamentais. Durante este período, inicia-se a produção do conteúdo base que servirá como alicerce para as futuras comunicações. Maio destina-se ao desenvolvimento dos materiais principais e à criação do calendário editorial, além da produção

específica para redes sociais. Junho concentra-se na produção audiovisual, incluindo a gravação dos primeiros episódios do podcast e o desenvolvimento de materiais institucionais. Julho finaliza esta primeira fase com a conclusão da produção inicial e a preparação para o processo de validação.

A segunda fase, focada na validação, ocupa todo o mês de agosto de 2024. Este período dedica-se à revisão minuciosa de todo o material produzido, verificando sua conformidade com as diretrizes estabelecidas e realizando os ajustes necessários. O processo culmina com a aprovação final e a preparação para o lançamento oficial. A terceira fase, programada para setembro de 2024, corresponde ao lançamento propriamente dito, com a implementação coordenada em todos os canais e o início das publicações regulares.

A estrutura de governança do plano fundamenta-se no GT de Comunicação, composto por uma equipe multidisciplinar que inclui o coordenador de comunicação, representantes dos programas, especialistas em comunicação digital, profissionais de design e produtores de conteúdo. Este grupo mantém encontros quinzenais com duração de 1h30, em formato híbrido, seguindo um calendário fixo pré-estabelecido.

As responsabilidades dentro da estrutura de governança distribuem-se de forma clara e objetiva. O coordenador assume a gestão do cronograma, o alinhamento estratégico, a aprovação final de conteúdos e o reporte à gestão superior. A equipe técnica, por sua vez, responsabiliza-se pela produção de conteúdo, gestão das redes sociais, design e identidade visual, além do monitoramento constante dos resultados.

O processo decisório estabelece-se em três níveis distintos de aprovação: validação técnica pela equipe, aprovação editorial pelo coordenador e validação estratégica pela gestão superior. O fluxo de trabalho segue uma sequência lógica que parte do planejamento, passa pela produção, revisão e aprovação, até chegar à publicação final. Este processo é suportado por um sistema de acompanhamento de demandas, um protocolo claro de aprovações e uma gestão eficiente do calendário editorial.

A implementação considera ainda a necessidade de flexibilidade e adaptação, prevendo mecanismos de ajuste e correção de curso conforme o feedback recebido e os resultados observados. Esta abordagem permite que o plano mantenha-se alinhado aos objetivos estratégicos da Rede, mesmo diante de eventuais mudanças no cenário ou nas necessidades identificadas.

PARTE 4: monitoramento e avaliação

O sistema de monitoramento e avaliação do plano de comunicação da Rede LideraGov fundamenta-se em um conjunto abrangente de métricas e indicadores, especificamente desenvolvidos para cada canal de comunicação. Este sistema permite uma análise profunda e contínua do desempenho das estratégias implementadas, fornecendo dados precisos para tomada de decisões e ajustes necessários.

O portal institucional, como principal ponto de contato digital, é avaliado através de métricas fundamentais que incluem o número de visitantes únicos mensais, tempo médio de permanência nas páginas, taxa de retorno dos usuários, quantidade de downloads de materiais e número de cadastros realizados. Estas métricas fornecem uma visão clara do engajamento dos usuários com o conteúdo institucional e da efetividade da arquitetura de informação implementada.

No ambiente do LinkedIn, plataforma estratégica para o networking profissional, o monitoramento concentra-se no crescimento orgânico de seguidores, taxa de engajamento com as publicações, alcance do conteúdo compartilhado e qualidade das interações. O Instagram, por sua natureza mais dinâmica, tem seu desempenho avaliado pelo alcance dos posts, engajamento nos stories, número de salvamentos de conteúdo e taxa de compartilhamento, métricas que refletem a ressonância do conteúdo com o público-alvo.

O podcast institucional é monitorado através de indicadores específicos como número de downloads por episódio, tempo médio de escuta, avaliações recebidas e taxa de finalização, permitindo uma compreensão detalhada dos padrões de consumo deste formato de conteúdo. O canal do YouTube, por sua vez, tem seu desempenho mensurado pelo número de visualizações, tempo de retenção dos espectadores, crescimento de inscritos e engagement nos vídeos.

As metas estabelecidas seguem uma progressão temporal lógica, dividindo-se em três horizontes distintos. No curto prazo, focam-se no estabelecimento da presença digital e construção inicial da base de seguidores. As metas de médio prazo concentram-se na consolidação da comunidade e aumento do engajamento, enquanto as de longo prazo visam estabelecer a Rede como referência em conteúdo sobre liderança pública.

A gestão de riscos constitui elemento importante do plano, identificando e categorizando os principais desafios em três dimensões: operacionais, estratégicos e reputacionais. Os riscos operacionais englobam possíveis atrasos no cronograma, falhas técnicas nas plataformas e inconsistências na produção de conteúdo. Os riscos estratégicos contemplam mudanças nas diretrizes institucionais e alterações no ambiente digital, enquanto os reputacionais abordam potenciais crises de imagem e problemas de comunicação.

As estratégias de mitigação destes riscos estruturam-se em duas frentes principais: prevenção e contingência. As ações preventivas incluem planejamento detalhado, capacitação contínua da equipe e manutenção de backups de conteúdo. As medidas de contingência envolvem planos alternativos, equipe de suporte e conteúdo de reserva para situações emergenciais.

O protocolo de gestão de crises estabelece uma estrutura clara com comitê específico, porta-voz definido e canais de comunicação estabelecidos. Os procedimentos seguem uma sequência lógica que parte da identificação do problema, passa pela avaliação do impacto e definição da estratégia, até chegar à comunicação oficial e monitoramento da situação, culminando com uma avaliação pós-crise que alimenta o processo de aprendizagem organizacional.

PARTE 5: recursos e orçamento

A implementação efetiva do plano de comunicação da Rede LideraGov demanda uma estrutura robusta de recursos, contemplando aspectos humanos, tecnológicos e financeiros. A composição dos recursos humanos divide-se entre equipe interna e suporte externo, garantindo a execução adequada de todas as atividades previstas no planejamento estratégico.

A equipe interna constitui-se de profissionais especializados, incluindo um coordenador de comunicação, analista de mídias sociais, produtor de conteúdo, designer, analista de marketing digital e profissional audiovisual. Esta equipe nuclear é complementada por suporte externo quando necessário, envolvendo consultoria especializada, produtora de vídeo, equipe de podcast e desenvolvedores web, assegurando a qualidade técnica em todas as frentes de atuação.

O aparato tecnológico necessário fundamenta-se em um conjunto integrado de ferramentas de gestão de conteúdo, incluindo plataformas de gerenciamento de mídias sociais, sistema de gestão de conteúdo (CMS), ferramentas profissionais de design gráfico, softwares de

edição de vídeo e equipamentos específicos para produção de podcast. O monitoramento e análise de resultados apoiam-se em ferramentas como Google Analytics, Social Media Analytics e sistemas de Business Intelligence, permitindo uma gestão baseada em dados.

A infraestrutura física e tecnológica contempla elementos essenciais como computadores de alto desempenho, softwares constantemente atualizados, sistema de armazenamento em nuvem e equipamentos audiovisuais profissionais. O espaço físico inclui áreas adequadas para reuniões, estúdio para gravações, espaço de trabalho apropriado e equipamentos de videoconferência, garantindo condições ideais para a execução das atividades planejadas.

O programa de capacitação da equipe estrutura-se de forma contínua, abrangendo treinamentos em ferramentas digitais, atualizações em marketing digital, workshops de produção de conteúdo e formação em análise de dados. Este investimento em desenvolvimento profissional assegura a constante evolução das competências técnicas e estratégicas da equipe.

A alocação orçamentária distribui-se em quatro categorias principais: recursos humanos, tecnologia e infraestrutura, produção de conteúdo, e marketing e promoção. Os recursos humanos, representando 45% do orçamento total, contemplam tanto a equipe interna quanto prestadores de serviço e consultorias especializadas. A tecnologia e infraestrutura absorvem 25% dos recursos, cobrindo licenças de software, equipamentos, manutenção e hospedagem.

A produção de conteúdo, com 20% do orçamento, engloba material audiovisual, design, podcast e conteúdo especializado. Os 10% restantes destinam-se às ações de marketing e promoção, incluindo impulsionamento de conteúdo, campanhas especiais, eventos e materiais promocionais. Esta distribuição orçamentária reflete as prioridades estratégicas do plano de comunicação.

O cronograma financeiro estrutura-se em duas fases principais. A fase inicial, de abril a julho de 2024, concentra investimentos em infraestrutura, aquisição de ferramentas, contratação de equipe e produção inicial de conteúdo. A fase de implementação, compreendendo agosto e setembro de 2024, foca em produção contínua, marketing de lançamento e campanhas iniciais.

O monitoramento orçamentário estabelece-se de forma sistemática, com acompanhamento mensal, relatórios regulares de execução e mecanismos de ajuste conforme necessidade. Este controle rigoroso assegura a utilização eficiente dos recursos e permite adaptações ágeis frente a eventuais variações nas demandas ou no cenário de atuação.

Esta estrutura de recursos e orçamento foi desenvolvida visando garantir a sustentabilidade e efetividade do plano de comunicação, alinhando-se aos objetivos estratégicos da Rede LideraGov e às melhores práticas de gestão pública.

Para uma representação gráfica do conteúdo exposto, [clique aqui](#)

Infográfico 02: Dashboard visual dos principais elementos do plano

[Clique aqui para representação gráfica web](#)



Fonte: elaborado pelo autor

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO: diretrizes para comunicação em rede

O plano de comunicação, no âmbito da Rede LideraGOV, configura-se como um documento estratégico essencial, cujo propósito é articular de maneira coesa e sistemática os processos comunicativos que conectam a Rede a seus membros, à administração pública e à sociedade em geral. Esse instrumento transcende a mera operacionalização de mensagens e canais; ele emerge como um dispositivo estruturante capaz de alinhar os objetivos institucionais a práticas comunicativas eficazes, potencializando tanto o engajamento da comunidade de líderes públicos quanto a consolidação de uma imagem pública distintiva. A construção de um plano dessa natureza exige uma abordagem metodológica rigorosa, ancorada em princípios teóricos de comunicação organizacional e adaptada às especificidades contextuais do setor público brasileiro (Cornelissen, 2017).

A definição do público-alvo é uma etapa basilar nesse processo. Identificar os grupos prioritários que compõem o universo de interesse da Rede, como egressos do Programa LideraGOV, gestores públicos ativos e a sociedade civil interessada em temas de liderança e governança, permite uma segmentação comunicativa que dialoga diretamente com as necessidades e expectativas desses atores. Este aspecto fundamenta-se na premissa de que a eficácia da comunicação está intrinsecamente relacionada à sua capacidade de personalização e relevância (Kotler e Keller, 2012). Assim, o plano deve não apenas descrever os públicos, mas compreendê-los em sua complexidade, utilizando análises comportamentais e contextuais para adaptar mensagens e abordagens.

A definição de objetivos comunicativos claros é outro elemento imprescindível para a estruturação do plano. Tais objetivos devem ser derivados diretamente da missão e dos valores da Rede, orientando-se para finalidades como o fortalecimento do engajamento entre os membros, a construção e a manutenção de uma reputação institucional positiva e a disseminação do conhecimento produzido pela Rede em contextos públicos estratégicos. O impacto desse processo comunicativo transcende a dimensão técnica, assumindo uma função simbólica de reforçar a identidade coletiva da Rede e promover a cultura de liderança no setor público. A centralidade dessa dimensão simbólica pode ser observada nas teorias contemporâneas de branding aplicado

ao setor público, que enfatizam a necessidade de alinhar comunicação e identidade institucional (Kaplan e Haenlein, 2010).

O desenvolvimento de mensagens-chave adequadas é uma consequência lógica e indispensável da etapa anterior. Mensagens estruturadas em torno do impacto positivo do Programa LideraGOV, da importância do protagonismo em liderança pública e do valor intrínseco da Rede precisam ser cuidadosamente elaboradas para garantir coerência e ressonância com os públicos-alvo. A força dessas mensagens reside tanto em sua clareza quanto em sua capacidade de inspirar e mobilizar, aspectos que se tornam particularmente relevantes no contexto de iniciativas voltadas à transformação social e institucional.

A escolha criteriosa dos canais de comunicação constitui, também, um ponto de inflexão no sucesso do plano. A pluralidade de canais é um reflexo das demandas contemporâneas por diversidade de formatos e acessibilidade, sendo essencial utilizar redes sociais, plataformas digitais, eventos presenciais e virtuais, além de publicações especializadas, como ferramentas complementares e integradas. Cada canal deve ser selecionado e gerenciado de forma estratégica, considerando não apenas sua capacidade técnica de alcançar o público, mas também sua adequação às características da mensagem e do contexto em que ela será transmitida. Essa abordagem encontra respaldo nas contribuições teóricas de Grunig (1992), que destacam a importância de uma comunicação bidirecional e simétrica no fortalecimento das relações institucionais.

A construção de estratégias comunicativas eficazes exige, por sua vez, um planejamento detalhado e flexível. Campanhas temáticas, produção de conteúdo multimídia de alta qualidade e o desenvolvimento de um relacionamento profícuo com a imprensa são exemplos de táticas que não apenas disseminam informações, mas também constroem narrativas capazes de capturar e sustentar a atenção do público ao longo do tempo. Diante desse cenário, o planejamento deve ser acompanhado pela alocação precisa de recursos, sejam eles humanos, financeiros ou tecnológicos, de modo a garantir que as iniciativas propostas possam ser implementadas com excelência e eficiência.

Um aspecto que se destaca em um plano de comunicação bem desenvolvido é a implementação de métricas de avaliação que permitam mensurar e monitorar os resultados alcançados. Tais métricas, como alcance de mensagens, níveis de engajamento digital e

repercussão na mídia, não devem ser vistas apenas como indicadores de desempenho, mas como instrumentos analíticos que informam ajustes e reorientações estratégicas ao longo do processo. Essa perspectiva de avaliação contínua é coerente com os modelos de comunicação adaptativa defendidos por Phillips e Young (2009), que ressaltam a necessidade de integrar feedbacks em ciclos iterativos de melhoria.

O sucesso de um plano de comunicação como o proposto para a Rede LideraGOV depende, em última instância, de sua capacidade de alinhar transparência, autenticidade e relevância. Esses valores não apenas garantem a legitimidade das iniciativas comunicativas, mas também fortalecem a confiança e a identificação dos públicos com a Rede. A interação entre uma abordagem baseada em evidências e a criatividade analítica proporciona uma base sólida para que o plano transcendia sua função técnica e se estabeleça enquanto um catalisador de transformação institucional. Nesse sentido, um plano de comunicação bem executado não é apenas um meio para atingir objetivos organizacionais, mas uma expressão concreta da missão e dos valores que sustentam a Rede, contribuindo para consolidar sua posição como um agente ativo na promoção de uma administração pública mais eficiente e inovadora.

1.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação do plano

A construção de uma infraestrutura tecnológica sólida e integrada representa o alicerce indispensável para o desenvolvimento de um plano de comunicação eficaz no contexto da Rede LideraGOV. Tal infraestrutura transcende o fornecimento de ferramentas e assume o papel de viabilizadora das interações que conectam os membros da Rede, promovem a disseminação de conhecimento e facilitam colaborações estratégicas. Nesse sentido, a escolha de tecnologias apropriadas não apenas responde às demandas práticas dos egressos do Programa LideraGOV, mas também promove a consolidação de uma memória institucional capaz de sustentar as atividades da Rede ao longo do tempo. A adoção de ferramentas tecnológicas alinhadas às especificidades desse projeto oferece, portanto, um eixo estruturante que contribui para a eficácia e a longevidade da iniciativa (Turban et al., 2020).

No cerne dessa proposta, destaca-se a necessidade de uma plataforma online centralizada, concebida como um hub digital que articule as funções principais da Rede. A centralização de

informações e interações é uma estratégia que não apenas facilita o acesso a conteúdos relevantes, mas também contribui para a construção de um legado institucional acessível e duradouro. A escolha de plataformas como **Basecamp** ou **Discord** exemplifica a busca por ferramentas que promovam organização temática, armazenamento de dados e recursos adicionais como fóruns de discussão, calendários colaborativos e bibliotecas de documentos. Essas funcionalidades criam um espaço virtual que transcende o mero armazenamento de informações, tornando-se um ambiente ativo de produção e troca de conhecimento (Bates, 2019).

Paralelamente, a gestão eficiente de redes sociais desponta como uma necessidade central para a comunicação da Rede. Nesse sentido, ferramentas especializadas em agendamento, monitoramento e análise de desempenho tornam-se imprescindíveis. A capacidade de acompanhar métricas como alcance, engajamento e crescimento da audiência digital oferece à Rede não apenas um diagnóstico preciso de suas ações, mas também insights para ajustes e aprimoramentos contínuos. A utilização de dashboards analíticos, que sintetizam informações complexas em formatos acessíveis, exemplifica como a integração entre tecnologia e estratégia pode potencializar os resultados comunicativos (Kaplan e Haenlein, 2010).

A produção de conteúdo visual também emerge como uma prioridade, especialmente considerando o impacto das mídias digitais na comunicação contemporânea. Softwares de edição de imagem e vídeo permitem à Rede criar peças gráficas e audiovisuais que combinam qualidade técnica e apelo estético. Essa prática não apenas fortalece a identidade visual da Rede, mas também facilita a transmissão de mensagens de maneira atrativa e memorável, especialmente em plataformas sociais. A estética, como argumentam Kress e van Leeuwen (2001), é um componente crítico na construção de significados em ambientes multimodais.

Outro elemento indispensável para a infraestrutura tecnológica é a disponibilização de ferramentas para comunicação síncrona. A possibilidade de interações em tempo real, como reuniões virtuais e trocas instantâneas de mensagens, é fundamental para sustentar a dinâmica colaborativa da Rede e construir um senso de comunidade entre seus membros. Ferramentas como **Microsoft Teams**, **Google Meet** ou até mesmo **WhatsApp** oferecem soluções práticas e acessíveis para essas demandas. Contudo, sua eficácia depende de diretrizes claras que garantam a produtividade e o respeito nas interações (Rice e Gattiker, 2001).

Nessa perspectiva, a implementação de sistemas voltados ao mapeamento de competências pode transformar a forma como a Rede organiza e alavaca o potencial de seus membros. Ferramentas desse tipo permitem identificar habilidades e áreas de interesse específicas, facilitando a formação de grupos de trabalho, o desenvolvimento de parcerias e a criação de programas de mentoria. Essa abordagem, conforme defendem Davenport e Prusak (1998), maximiza o capital intelectual de uma organização e promove interações significativas baseadas em complementaridades.

Diante desse cenário, a consolidação de um banco de imagens e vídeos, juntamente com a adoção de um sistema de gestão de conteúdo (CMS), reforça o aspecto técnico e visual do plano de comunicação. Bancos de alta qualidade, como **Shutterstock** ou **iStockphoto**, garantem padronização estética, enquanto CMSs como **WordPress** ou **Drupal** possibilitam a criação de websites funcionais que centralizam informações e servem como um canal oficial da Rede. A integração dessas ferramentas reflete a busca por uma infraestrutura coesa, capaz de alinhar tecnologia e estratégia em um único sistema operacional.

Dessa forma, o investimento em uma base tecnológica adequada não apenas responde às necessidades imediatas da Rede, mas também cria condições para que ela amplie seu impacto na administração pública brasileira. O uso estratégico de ferramentas digitais permite à Rede conectar líderes, fortalecer colaborações e disseminar conhecimento de maneira eficaz, consolidando sua posição como um modelo de inovação e transformação. Como propõem Turban et al. (2020), uma infraestrutura tecnológica bem desenhada não é apenas um meio de operacionalizar funções, mas também um diferencial competitivo e estratégico no longo prazo.

1.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizado o plano de comunicação

A execução de um plano de comunicação bem-sucedido demanda mais do que estratégias bem delineadas; ela exige uma equipe composta por profissionais qualificados que possam operacionalizar tais estratégias, traduzindo intenções em ações efetivas. No contexto da Rede LideraGOV, o capital intelectual representado pelos recursos humanos assume um papel central, não apenas na disseminação das mensagens, mas também na construção de um ecossistema

Carolina Resende
carolinaresende.psi@gmail.com

comunicativo integrado, capaz de engajar membros, fomentar colaborações e promover uma cultura de liderança pública transformadora. A composição e a dinâmica dessa equipe refletem diretamente na capacidade da Rede de atingir seus objetivos estratégicos e, portanto, deve ser abordada como um elemento estruturante do plano de comunicação (Davenport e Prusak, 1998).

O gestor de comunicação emerge como o eixo central dessa equipe, sendo responsável por alinhar as metas organizacionais às práticas comunicativas. Este profissional deve reunir competências que vão desde o planejamento estratégico e a gestão de projetos até a análise de métricas e dados, assegurando que todas as ações estejam alinhadas aos objetivos da Rede. Nessa perspectiva, sua habilidade de liderança e de articulação interna é indispensável para criar sinergias entre diferentes áreas da organização, promovendo uma visão coesa e compartilhada dos desafios e oportunidades comunicativos. Como apontam Cornelissen e Thorpe (2001), o gestor de comunicação deve atuar como um mediador estratégico, conectando narrativas institucionais às demandas de seus públicos.

Complementando essa liderança, o analista de mídias sociais desempenha uma função vital em um mundo amplamente digitalizado, onde as redes sociais se tornaram plataformas essenciais para o diálogo entre organizações e seus públicos. Este profissional não apenas administra os perfis da Rede, mas também analisa interações, monitora tendências e implementa ações que potencializam o alcance e o engajamento. Tal papel requer um domínio técnico de plataformas como Facebook, LinkedIn e YouTube, combinado à habilidade de interpretar dados de desempenho para ajustes estratégicos. Kaplan e Haenlein (2010) ressaltam que, em um cenário digital em constante evolução, a flexibilidade e a capacidade de adaptação são tão importantes quanto a expertise técnica.

O produtor de conteúdo, por sua vez, atua como o tradutor das mensagens-chave da Rede, transformando conceitos e diretrizes em narrativas que ressoem com o público. Este papel demanda não apenas criatividade e domínio da língua portuguesa, mas também uma compreensão profunda dos valores e objetivos institucionais da Rede, assegurando que cada peça de conteúdo seja informativa, inspiradora e relevante. A importância da narrativa como ferramenta de construção de significado e identidade institucional é amplamente destacada na literatura sobre comunicação organizacional, especialmente no trabalho de Kress e van Leeuwen (2001), que apontam para o poder das linguagens multimodais na ampliação do impacto comunicativo.

Em paralelo, o designer gráfico contribui para a consolidação da identidade visual da Rede, traduzindo conceitos abstratos em elementos visuais que conferem coesão e profissionalismo à comunicação. O domínio de ferramentas como Adobe Creative Suite, aliado ao senso estético, é essencial para criar peças gráficas que dialoguem com as mensagens da Rede, reforçando-as e tornando-as visualmente memoráveis. A colaboração entre o designer gráfico, o produtor de conteúdo e o analista de mídias sociais exemplifica a interdependência entre diferentes funções dentro da equipe de comunicação, como defendido por Cornelissen (2017).

A assessoria de imprensa também desempenha um papel crucial, especialmente no fortalecimento da visibilidade institucional da Rede junto à mídia. Ao redigir releases, organizar entrevistas e gerenciar crises de imagem, esse profissional não apenas promove as iniciativas da Rede, mas também constrói narrativas que destacam sua relevância na administração pública. A capacidade de estabelecer e manter relações de confiança com jornalistas e veículos de mídia é um diferencial estratégico, conforme observado por Phillips e Young (2009), que enfatizam a importância de uma comunicação transparente e consistente na construção de reputações organizacionais sólidas.

Outros perfis, como especialistas em tecnologia da informação (TI), analistas de dados e coordenadores de projetos, agregam camadas adicionais de competência e funcionalidade à equipe. O especialista em TI, por exemplo, assegura a operação contínua da infraestrutura tecnológica, enquanto o analista de dados interpreta métricas e fornece insights que informam decisões estratégicas. Já o coordenador de projetos garante a execução eficiente de iniciativas, alinhando prazos, escopos e recursos. A diversidade de perfis reflete a complexidade das demandas comunicativas contemporâneas, exigindo uma abordagem integrada e interdisciplinar.

Diante desse cenário, a composição da equipe de comunicação da Rede LideraGOV não é apenas uma questão de operacionalização, mas uma escolha estratégica que influencia diretamente sua capacidade de atingir objetivos organizacionais. A interação entre diferentes funções e competências gera um ecossistema comunicativo dinâmico, onde as habilidades individuais se somam para criar resultados que excedem a soma das partes. Essa abordagem, alinhada às melhores práticas de gestão de capital intelectual, posiciona a Rede como um modelo de excelência em comunicação pública, contribuindo para o fortalecimento da liderança e inovação no setor público brasileiro.

1.3 Organograma da Rede LideraGOV

A Rede LideraGOV, concebida para fomentar o desenvolvimento de lideranças na administração pública federal, estrutura-se em três níveis hierárquicos: estratégico, tático e operacional. Essa configuração reflete uma distribuição funcional de responsabilidades e interdependência, garantindo um fluxo eficiente de decisão e execução.

O Grupo Gestor constitui a instância máxima de deliberação, reunindo representantes do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) e dois egressos eleitos do Programa-Piloto LideraGOV. A estrutura decisória busca equilibrar a direção governamental com a participação ativa dos beneficiários do programa. Sua função central é definir diretrizes e metas alinhadas à política de desenvolvimento de liderança no setor público, deliberar sobre o orçamento, parcerias e aprovação de iniciativas e supervisionar o desempenho da Rede, garantindo alinhamento com os objetivos propostos.

O MGI indica o presidente do Grupo Gestor e garante a coerência das ações com as diretrizes federais, enquanto a ENAP contribui com expertise em capacitação e desenvolvimento de lideranças. A inclusão de egressos assegura que as decisões tomadas reflitam as necessidades e experiências daqueles que passaram pelo programa, conferindo legitimidade às iniciativas adotadas. Esse equilíbrio entre instituições governamentais e a comunidade de egressos fortalece a governança participativa e responsável da Rede.

A Equipe de Moderação e Curadoria executa as diretrizes formuladas pelo Grupo Gestor, operando nos eixos de gestão de TI, comunicação e marketing. A interação entre esses domínios assegura a implementação coerente da estratégia definida. Suas responsabilidades abrangem a gestão da plataforma online, garantindo a manutenção e desenvolvimento da infraestrutura digital da Rede; a elaboração e disseminação de materiais voltados ao desenvolvimento de lideranças; a moderação e estimulação da interação entre membros, promovendo um ambiente produtivo e colaborativo; e a expansão da presença digital e promoção institucional da Rede.

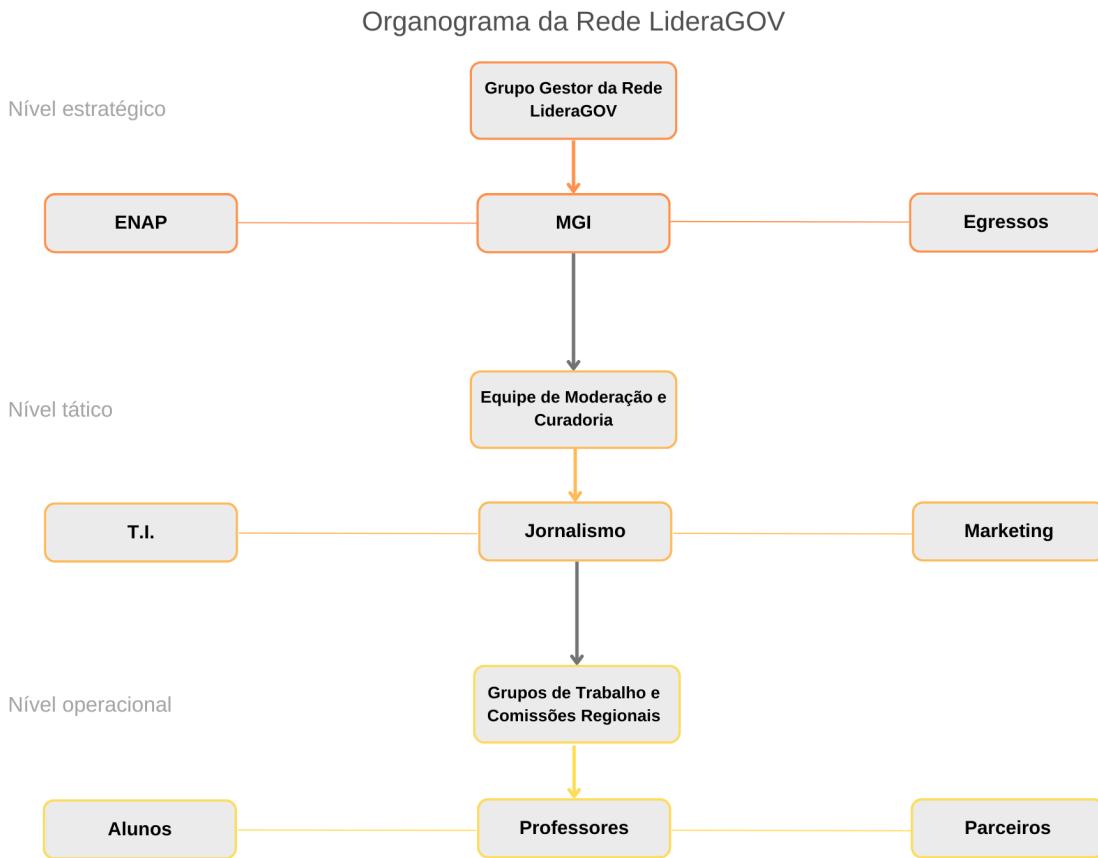
O funcionamento da Equipe de Moderação e Curadoria baseia-se na sinergia entre os profissionais de tecnologia da informação, responsáveis pela infraestrutura digital; os de jornalismo, encarregados da produção e gestão de informação; e os de marketing, que elaboram estratégias de divulgação e engajamento. Essa interação fortalece a comunicação da Rede e sua capacidade de envolver os membros de maneira eficaz.

Os Grupos de Trabalho e Comissões Regionais desempenham um papel essencial na descentralização das ações da Rede, garantindo sua implementação em diversas regiões e contextos administrativos. A composição diversificada dessas unidades promove uma abordagem adaptativa e responsável, possibilitando a criação e execução de iniciativas alinhadas à missão da Rede. Seu funcionamento está pautado na capacidade de adaptar diretrizes gerais às especificidades regionais, promovendo o engajamento dos membros e fortalecendo o senso de comunidade.

A interação com parceiros institucionais é um dos elementos-chave desse nível operacional. Alunos do LideraGOV contribuem com novas ideias e energia criativa, enquanto professores atuam como mentores, garantindo a qualidade acadêmica e técnica dos projetos. A presença de parceiros institucionais possibilita o suporte técnico, financeiro e logístico necessário para a ampliação do impacto das ações da Rede.

O organograma da Rede LideraGOV reflete uma estrutura integrada, em que cada nível e componente desempenham funções essenciais e interdependentes. A interação entre a formulação estratégica, a execução tática e a implementação operacional garante a efetividade das iniciativas e a sustentabilidade da Rede. Essa abordagem fortalece o caráter colaborativo e representativo da Rede, consolidando-a como um modelo inovador para o desenvolvimento de lideranças no setor público brasileiro.

Figura 01: Organograma da Rede LideraGOV



Fonte: Elaborado pelo autor

Referências

- BATES, Tony. *Teaching in a Digital Age: Guidelines for Designing Teaching and Learning*. 2. ed. Vancouver: Tony Bates Associates Ltd., 2019.
- CORNELISSEN, Joep. *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.
- CORNELISSEN, Joep; THORPE, Richard. The organization of external communication disciplines: An academic literature review. *Journal of Communication Management*, v. 5, n. 2, p. 155-167, 2001.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. *Conhecimento Empresarial: Como as Organizações Gerenciam o seu Capital Intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998.
- GRUNIG, James E. Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

- KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2. ed. London: Routledge, 2001.
- PHILLIPS, David; YOUNG, Philip. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*. 2. ed. London: Kogan Page, 2009.
- RICE, Ronald E.; GATTIKER, Urs E. New media and organizational structuring. *Handbook of Organizational Behavior*, v. 2, p. 32-44, 2001.
- TURBAN, Efraim; POLLARD, Carol; WOOD, Gregory. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. 12. ed. Hoboken: Wiley, 2020.

2. MATRIZ DE COMUNICAÇÃO: canais para o sucesso do engajamento

A matriz de comunicação representa uma ferramenta estratégica de organização e coordenação essencial para o sucesso comunicativo da Rede LideraGOV. Mais do que um instrumento operacional, a matriz sistematiza e interliga os elementos fundamentais da comunicação, permitindo que mensagens, públicos, canais e objetivos sejam articulados de forma lógica e eficiente. Sua aplicação assegura que as mensagens atinjam os públicos-alvo apropriados, com clareza, relevância e impacto. Neste contexto, a matriz funciona como um mapa orientador, estruturando aspectos-chave como o conteúdo a ser comunicado, os destinatários das mensagens, os responsáveis por sua execução e a periodicidade de cada ação, garantindo alinhamento e coerência em todas as etapas do processo comunicativo (Cornelissen, 2017).

O funcionamento da matriz de comunicação fundamenta-se na estruturação de informações-chave em um formato analítico e acessível. Ao organizar essas informações, a matriz estabelece relações entre os públicos-alvo e os objetivos específicos de cada ação de comunicação. Isso inclui o detalhamento de mensagens-chave, a seleção criteriosa de canais de comunicação e a definição dos formatos de conteúdo mais apropriados. Por exemplo, para públicos como egressos e servidores públicos, plataformas como redes sociais e e-mails personalizados podem ser empregadas para transmitir mensagens educacionais ou inspiradoras, enquanto a sociedade em geral pode ser alcançada por meio de campanhas amplas em canais públicos, como eventos e publicações. Essa abordagem sistemática permite que cada segmento receba informações que dialoguem diretamente com suas necessidades e interesses, respeitando as particularidades de seu contexto e hábitos de consumo de conteúdo (Kaplan e Haenlein, 2010).

A matriz também demanda uma compreensão profunda dos públicos a serem atingidos, exigindo a segmentação detalhada e a criação de personas que refletem as características e os interesses desses segmentos. Tal prática, apoiada em métodos de pesquisa e análise, assegura que as mensagens sejam relevantes e eficazes. Convém destacar que os objetivos de comunicação precisam ser claramente definidos e alinhados aos valores e metas institucionais da Rede. Por exemplo, enquanto o fortalecimento do engajamento entre os membros pode ser um objetivo interno prioritário, a ampliação do alcance e da visibilidade institucional constitui uma meta voltada para a consolidação da imagem pública da Rede. (Grunig, 1992).

Essa dupla orientação interna e externa reflete a complexidade da gestão comunicativa em um contexto multifacetado como o da Rede LideraGOV. Outro aspecto fundamental da matriz reside na escolha estratégica dos canais de comunicação. Cada canal, seja ele uma plataforma digital, redes sociais ou eventos presenciais, possui características distintas que influenciam sua eficácia em diferentes contextos. A seleção criteriosa desses canais não apenas maximiza o alcance das mensagens, mas também potencializa sua capacidade de engajar os destinatários. Por exemplo, canais interativos, como fóruns online, podem ser mais eficazes para fomentar o diálogo e a colaboração entre membros da Rede, enquanto mídias tradicionais, como publicações e imprensa, são mais indicadas para fortalecer a reputação institucional junto à sociedade em geral (Phillips e Young, 2009).

A qualidade e a relevância do conteúdo também são fatores indispensáveis para o sucesso da matriz de comunicação. O conteúdo deve ser concebido de forma a educar, informar e inspirar, respeitando os interesses específicos de cada público. Mensagens claras, concisas e persuasivas têm maior probabilidade de gerar impacto e mobilizar ações. Outro aspecto a ser considerado é que a periodicidade e a frequência das comunicações devem ser cuidadosamente equilibradas para garantir consistência sem sobrecarregar o público. Comunicação regular, mas não excessiva, contribui para construir uma relação de confiança e engajamento contínuo, alinhando-se às melhores práticas de comunicação estratégica (Kotler e Keller, 2012).

A implementação da matriz requer uma abordagem estruturada que passe por diversas etapas, começando com um diagnóstico inicial das práticas comunicativas da Rede. Este diagnóstico identifica pontos fortes e fracos, orientando a definição de públicos, objetivos, mensagens e canais. A partir dessa base, a matriz pode ser construída, detalhando cada elemento em um plano operacional que inclua cronogramas, responsáveis e indicadores de desempenho. A avaliação contínua e o monitoramento de resultados são etapas críticas para assegurar que a matriz permaneça atualizada e relevante, permitindo ajustes em resposta a mudanças contextuais ou novas demandas (Turban et al., 2020).

Para viabilizar a matriz, é fundamental dispor de uma infraestrutura tecnológica adequada e de uma equipe qualificada. A tecnologia proporciona os meios para integrar e gerenciar as diferentes dimensões da comunicação, enquanto a equipe, composta por gestores de comunicação, analistas de mídias sociais, produtores de conteúdo e outros profissionais, executa

as ações planejadas com competência e criatividade. Esses dois pilares – tecnologia e recursos humanos – constituem a base sobre a qual a matriz de comunicação se sustenta, garantindo sua eficácia e impacto.

Em suma, a matriz de comunicação da Rede LideraGOV representa mais do que uma ferramenta administrativa; ela é o cerne de uma estratégia integrada que conecta mensagens a públicos, objetivos a canais e planejamento a ação. Sua implementação eficaz fortalece a capacidade da Rede de engajar, educar e transformar, consolidando sua posição como referência em liderança e inovação no setor público. Ao integrar princípios de comunicação estratégica e práticas baseadas em evidências, a matriz não apenas promove a eficiência operacional, mas também contribui para o cumprimento da missão institucional da Rede, tornando-se um elemento-chave para o sucesso de suas iniciativas no longo prazo.

Exemplo de Matriz de Comunicação (simplificado):

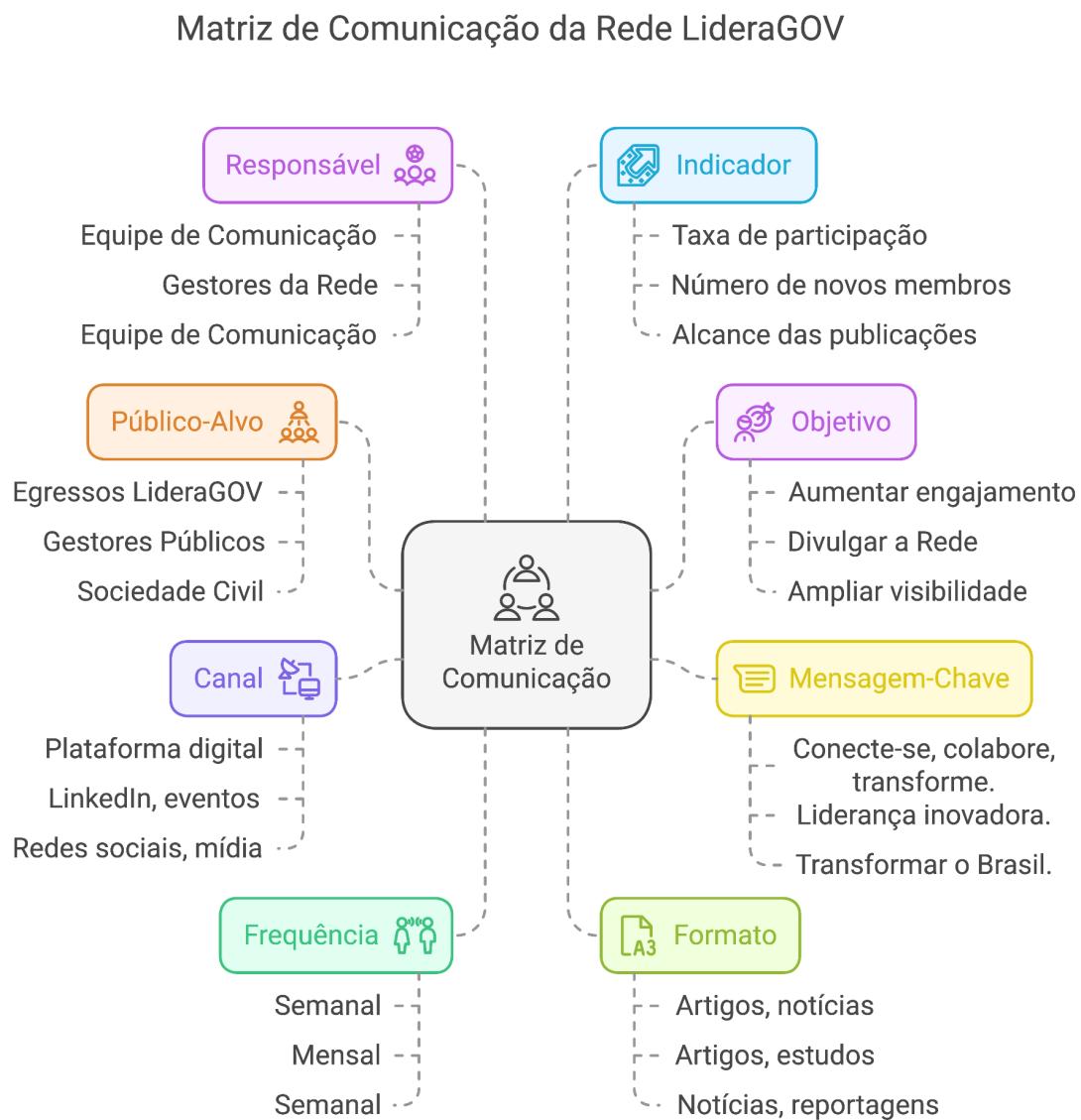
Quadro 01: Matriz de comunicação

Público-alvo	Objetivo	Mensagem-chave	Canal	Frequência	Formato	Responsável	Indicador
Egressos LideraGOV	Aumentar engajamento na Rede	Conecte-se, colabore, transforme a gestão pública.	Plataforma digital	Semanal	Artigos, notícias, eventos online	Equipe de Comunicação	Taxa de participação na plataforma
Gestores Públicos	Divulgar a Rede e seus benefícios	Liderança inovadora para um setor público mais eficiente.	LinkedIn, eventos presenciais	Mensal	Artigos, estudos de caso, palestras	Gestores da Rede	Número de novos membros
Sociedade Civil	Ampliar a visibilidade da Rede	Liderança pública que transforma o Brasil.	Redes sociais, mídia tradicional	Semanal	Notícias, reportagens, entrevistas	Equipe de Comunicação	Alcance das publicações

Sociedade Civil e Gestores Públicos	Esclarecer, informar e disseminar conhecimento sobre temas relevantes para a administração pública.	Adaptar a mensagem-chave de acordo com o tema do episódio, sempre com foco em uma linguagem acessível.	Podcast (distribuído nos principais agregadores).	Semanal ou quinzenal.	Áudio (episódios com explicações, entrevistas, cases, etc.).	Equipe de Comunicação.	Número de downloads/audições, tempo médio de escuta, comentários e avaliações.
Gestores Públicos, Egressos LideraGO V e Especialistas.	Aprofundar o conhecimento sobre temas específicos, promover a interação entre os membros da Rede e ampliar o alcance da Rede LideraGOV.	Adaptar a mensagem-chave de acordo com o tema do vídeo, com foco em um conteúdo mais técnico e aprofundado.	YouTube.	Definir a periodicidade de postagem.	Vídeo (entrevistas, lives, webinars, vídeos explicativos, etc.).	Equipe de Comunicação.	Número de visualizações, inscritos no canal, tempo médio de visualização, comentários e compartilhamentos.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 02: Representação da Martriz de Comunicação



Fonte: elaborado pelo autor

Infográfico 03: Matriz de Comunicação Visual

[Clique aqui para representação gráfica web](#)

Matriz de Comunicação Visual - Rede LideraGOV

Esta matriz tridimensional apresenta as relações estratégicas entre canais de comunicação, públicos-alvo e tipos de conteúdo. Cada célula indica a frequência ideal de comunicação e os formatos recomendados para cada combinação de canal e público.

		LinkedIn	Instagram	YouTube	Podcast	Portal	Email
		Semanal	Quinzenal	Mensal	Quinzenal	Semanal	Quinzenal
Egressos	💡						
	🎓	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●
Gestores Públicos	💡						
	🎓	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●
Sociedade Civil	💡						
	💡	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●
Especialistas	💡						
	💡	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●

Legenda da Matriz de Comunicação

Frequência de Comunicação

- Diária
- Semanal
- Quinzenal
- Mensal
- Eventual

Tipos de Conteúdo

- Informativo: Notícias, atualizações e informações factuais
- Educativo: Conteúdo didático, tutoriais e materiais de aprendizagem

- Inspiracional: Casos de sucesso, histórias de impacto e motivacionais
- Técnico: Conteúdo especializado, análises detalhadas e material avançado

Formatos Recomendados

- Texto longo: Artigos, relatórios e análises detalhadas
- Vídeo: Entrevistas, demonstrações e apresentações visuais

- Infográfico: Dados visuais, diagramas e representações gráficas

A matriz acima representa a estratégia ideal de comunicação para cada combinação de canal e público-alvo, considerando a frequência, formatos e tipos de conteúdo mais eficazes para cada contexto.

Fonte: elaborado pelo autor

Esse exemplo de matriz permite abordar diferentes públicos em um fluxo sistematizado, de tal forma que vários dispositivos de comunicação possa ter uma ação complementar e mais bem alinhada ao propósito estratégico da Rede LideraGOV.

2.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação do plano

Uma infraestrutura tecnológica eficiente constitui o alicerce indispensável para a implementação bem-sucedida do plano de comunicação, com maior engajamento da Rede LideraGOV. A escolha criteriosa das ferramentas tecnológicas não apenas facilita a gestão eficiente das interações internas e externas, mas também garante a organização e acessibilidade de informações, a produção de conteúdo de qualidade e o monitoramento de resultados. Portanto, o investimento em tecnologia é estratégico para o fortalecimento da Rede e o alcance de seus objetivos institucionais (Turban et al., 2020).

Uma plataforma online centralizada é fundamental para o funcionamento da Rede, pois serve como o ponto de convergência das interações, organizando documentos, eventos, grupos de discussão e materiais educacionais. Permite ainda, a gestão de membros, com funcionalidades como cadastro de perfis, organização por áreas de atuação e registro de atividades, construindo uma memória institucional acessível e valiosa. O uso de plataformas desse tipo, ao reunir fóruns, repositórios de documentos e ferramentas de monitoramento, promove um ambiente digital integrado, com engajamento e troca de conhecimentos entre os membros (Cornelissen, 2017).

As redes sociais são ferramentas indispensáveis para ampliar o alcance da comunicação e engajar diferentes públicos, tanto internos quanto externos. A utilização de softwares de gestão de redes sociais, como Hootsuite ou Buffer, permite a programação de postagens, o monitoramento de interações e a análise de desempenho, assegurando uma presença digital consistente e estrategicamente alinhada aos objetivos da Rede. Kaplan e Haenlein (2010) destacam que o uso inteligente das redes sociais pode transformar o modo como organizações interagem com seus públicos, criando conexões mais significativas e fortalecendo sua reputação.

Ferramentas de videoconferência, como Zoom e Microsoft Teams, possibilitam a realização de encontros virtuais que conectam membros geograficamente dispersos, viabilizando reuniões, treinamentos e workshops de forma prática e acessível. Essas plataformas não apenas

reduzem barreiras logísticas, mas também criam um espaço de colaboração que reflete a dinâmica interativa da Rede. (Rice e Gattiker, 2001).

No entanto, é fundamental garantir que os participantes tenham acesso a recursos técnicos adequados para maximizar a eficácia dessas interações. A produção de conteúdo é outro pilar essencial do plano de comunicação. Ferramentas como Adobe Photoshop e Canva, para edição de imagens, ou Adobe Premiere e Final Cut Pro, para edição de vídeos, possibilitam a criação de materiais visuais atraentes e impactantes. O investimento em conteúdo multimídia reforça a identidade visual da Rede e facilita a transmissão de mensagens de forma criativa e envolvente, alinhando-se às demandas de um público cada vez mais visual (Kress e van Leeuwen, 2001).

A gestão de documentos e dados também é um componente central, sendo necessário adotar sistemas de armazenamento em nuvem, como Google Drive ou Dropbox. Esses sistemas não apenas oferecem segurança e organização, mas também facilitam o acesso remoto e colaborativo, especialmente relevante em uma rede com membros espalhados por diferentes localidades. A título de exemplo, ferramentas de e-mail marketing, como Mailchimp, são indispensáveis para a comunicação direta e personalizada com os membros, permitindo o envio de boletins informativos, convites e atualizações de forma eficiente e mensurável (Phillips e Young, 2009).

Nessa perspectiva, a análise de dados é crucial para avaliar a eficácia das ações de comunicação e orientar ajustes estratégicos. Ferramentas analíticas, que monitoram métricas como engajamento em redes sociais, taxas de abertura de e-mails e participação em eventos, oferecem insights valiosos para a tomada de decisões. A análise contínua não apenas identifica áreas de melhoria, mas também celebra os avanços, fortalecendo o alinhamento estratégico da Rede com seus objetivos. Ao integrar tecnologia, estratégia e capital humano, a Rede se posiciona como um exemplo de inovação e eficiência no setor público. (Kotler e Keller, 2012).

Para operacionalizar essa infraestrutura, é necessária uma equipe qualificada que inclua gestores de tecnologia, desenvolvedores web, analistas de mídias sociais, produtores de conteúdo e designers gráficos. Cada um desses profissionais desempenha um papel específico na implementação, manutenção e otimização das ferramentas tecnológicas, contribuindo para o funcionamento harmonioso da Rede. A sinergia entre recursos humanos e tecnológicos, conforme argumenta Davenport e Prusak (1998), é o que transforma iniciativas estratégicas em resultados

tangíveis. Em síntese, a escolha e a implementação de ferramentas tecnológicas apropriadas são fundamentais para o sucesso da Rede LideraGOV. Uma infraestrutura bem planejada não apenas facilita as operações cotidianas, mas também potencializa o impacto das ações da Rede, promovendo sua missão de fortalecer a liderança pública no Brasil.

2.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizado o plano de comunicação

A implementação e a atualização contínua do plano de comunicação da Rede LideraGOV dependem da mobilização de um capital intelectual multidisciplinar e estrategicamente orientado. Tal equipe não apenas viabiliza as ações planejadas, mas também assegura que a Rede possa responder às demandas dinâmicas do ambiente comunicativo, promovendo o engajamento de seus membros e o fortalecimento da liderança pública no Brasil. Essa dependência de recursos humanos qualificados posiciona o capital intelectual como um dos pilares centrais para o sucesso da Rede (Davenport e Prusak, 1998).

O gestor de comunicação atua como líder estratégico da equipe e responsável pela coordenação das ações e pelo alinhamento das metas comunicativas com os objetivos organizacionais. Além de planejar e monitorar o plano de comunicação, esse profissional precisa manter um relacionamento eficaz com stakeholders internos e externos, garantindo coesão nas mensagens e nas práticas. Cornelissen (2017) destaca que a figura do gestor é fundamental para mediar a articulação entre objetivos organizacionais e a execução tática das estratégias.

Dentro da equipe, o analista de comunicação assume a função de operacionalizar estratégias em múltiplos canais, produzindo conteúdos que dialoguem com as diferentes audiências da Rede. Este papel exige tanto habilidades técnicas, como conhecimento em ferramentas de comunicação digital, quanto capacidades analíticas para medir o impacto das ações realizadas. A escrita persuasiva e a capacidade de síntese são elementos-chave para o sucesso das mensagens criadas, como argumentam Kaplan e Haenlein (2010) ao destacar o papel central do conteúdo na construção de relacionamentos de longo prazo em plataformas digitais.

O designer gráfico contribui para o fortalecimento da identidade visual da Rede, sendo responsável por traduzir conceitos abstratos em elementos visuais que potencializam o impacto

das mensagens. O trabalho desse profissional, no entanto, deve estar alinhado à produção textual e às estratégias de mídia, reforçando a integração entre os diferentes componentes do plano de comunicação. O domínio das tendências e ferramentas de design é essencial para garantir que a comunicação visual se mantenha relevante e alinhada às expectativas do público (Kress e van Leeuwen, 2001).

O gestor de conteúdo, por sua vez, organiza e supervisiona as mensagens transmitidas em todos os canais, garantindo consistência e relevância. Este profissional deve possuir habilidades em técnicas de SEO, formatos multimodais e gestão de tempo, além de ser capaz de alinhar as mensagens aos valores e objetivos da Rede. Phillips e Young (2009) argumentam que a centralidade do conteúdo é vital para a manutenção do interesse do público, especialmente em iniciativas colaborativas e de engajamento.

Já o analista de mídias sociais concentra-se em estabelecer a presença da Rede nas plataformas digitais, monitorando tendências e interagindo com o público. Este papel exige habilidades analíticas e criativas, uma vez que o sucesso nas redes sociais depende tanto da capacidade de identificar oportunidades quanto da habilidade de produzir conteúdos cativantes. Nesse sentido, a análise de métricas permite ajustes rápidos e precisos, promovendo melhorias contínuas no desempenho das ações (Kotler e Keller, 2012).

Além dessas funções, o desenvolvedor web desempenha um papel essencial ao criar e manter uma plataforma online bem estruturada e funcional, que sirva como ponto central de interação entre os membros da Rede. Este ambiente digital deve ser seguro, intuitivo e escalável, possibilitando a organização de conteúdos, a realização de eventos virtuais e a coleta de dados. A infraestrutura técnica criada por este profissional fornece a base necessária para que as demais funções operem de maneira eficiente e eficaz (Turban et al., 2020).

Não menos importantes, características transversais como comprometimento, trabalho em equipe e proatividade são indispensáveis a todos os membros da equipe. A capacidade de se adaptar às mudanças e de colaborar de forma integrada reflete a essência de uma Rede colaborativa, cujo sucesso depende da sinergia entre os indivíduos e do alinhamento entre competências diversas.

A Rede LideraGOV também deve investir no desenvolvimento contínuo de sua equipe, promovendo capacitação e treinamentos que acompanhem as transformações no campo da

comunicação e da tecnologia. Esse investimento não apenas fortalece as competências individuais, mas também assegura que a Rede permaneça competitiva e inovadora. A gestão eficiente de recursos humanos, nesse sentido, é um fator determinante para que a Rede alcance seus objetivos e consolide sua posição como referência em liderança pública no Brasil.

Referências

- CORNELISSEN, Joep. *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. *Conhecimento Empresarial: Como as Organizações Gerenciam o seu Capital Intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998.
- GRUNIG, James E. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.
- KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2. ed. London: Routledge, 2001.
- PHILLIPS, David; YOUNG, Philip. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*. 2. ed. London: Kogan Page, 2009.
- RICE, Ronald E.; GATTIKER, Urs E. New media and organizational structuring. *Handbook of Organizational Behavior*, v. 2, p. 32-44, 2001.
- TURBAN, Efraim; POLLARD, Carol; WOOD, Gregory. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. 12. ed. Hoboken: Wiley, 2020.

3. REDE *ALUMNI LIDERAGOV*: Plano de Conteúdo para um Ambiente Virtual de Aprendizagem

A Rede *Alumni* LideraGOV posiciona-se como uma iniciativa estratégica voltada para consolidar uma comunidade de ex-alunos engajada, colaborativa e comprometida com o fortalecimento da gestão pública no Brasil. Estruturada sob a lógica de um ecossistema dinâmico, essa rede conecta egressos entre si e com a instituição, promovendo o intercâmbio de experiências, o acesso a oportunidades e o desenvolvimento contínuo. No cerne de sua proposta está a busca por criar valor mútuo, incentivando a troca de conhecimentos e o fortalecimento de uma identidade coletiva que fomente a liderança transformadora. Esse modelo baseia-se em princípios amplamente reconhecidos na literatura, que atribuem às redes *alumni* um papel central na geração de impacto institucional e no fortalecimento de comunidades colaborativas (Davenport e Prusak, 1998).

Entretanto, para que a comunicação da Rede seja realmente eficaz, é indispensável que ela promova, de forma sistemática, o fortalecimento do vínculo dos egressos tanto com a Rede quanto com seus pares. Essa conexão requer mais do que a simples transmissão de informações: ela demanda a criação de **espaços dedicados à interação e colaboração**. O vínculo entre os membros, que se fortalece por meio de trocas e experiências compartilhadas, é o principal motor do engajamento e da coesão, elementos essenciais para o sucesso de redes colaborativas (Cornelissen, 2017).

Os **programas de networking** destacam-se como um dos fatores de sucesso mais relevantes para a Rede *Alumni* LideraGOV. Eventos presenciais, webinars, grupos em redes sociais e plataformas online exclusivas são instrumentos essenciais para conectar os egressos e criar um ambiente propício à colaboração. Esses espaços de interação permitem que os membros compartilhem experiências, identifiquem sinergias e desenvolvam parcerias de impacto. Encontros imersivos presenciais, como congressos e seminários, vão além de fortalecer laços; eles criam oportunidades únicas de inovação e aprendizado mútuo. Ao oferecer esses momentos de conexão, a Rede contribui para ampliar o senso de pertencimento dos egressos e reforça sua identidade coletiva como líderes públicos comprometidos (Turban et al., 2020).

Outro pilar fundamental é a **mentoria**, que beneficia tanto mentores quanto mentorados. Por meio de um programa estruturado, egressos experientes orientam novos membros, oferecendo insights sobre desafios e oportunidades no campo da liderança pública. Essa prática, além de promover o aprendizado contínuo, reforça a coesão e cria um ciclo virtuoso de fortalecimento coletivo. Contudo, para maximizar seu impacto, é fundamental que a mentoria não seja apenas um serviço, mas uma experiência que incentive o diálogo constante entre os membros. Espaços digitais dedicados ao acompanhamento e à troca regular de feedback são indispensáveis para sustentar essa iniciativa (Kotler e Keller, 2012).

A **oferta de incentivos não remuneratórios** também exerce um papel significativo na manutenção do vínculo entre os egressos e a Rede. Por meio de parcerias estratégicas, a Rede pode disponibilizar descontos em cursos de educação continuada, eventos exclusivos e publicações. Diante desse cenário, benefícios tangíveis, como parcerias com empresas que ofereçam condições especiais aos membros, reforçam o valor percebido da Rede. Esses incentivos não apenas promovem a adesão, mas também asseguram que os membros permaneçam conectados e engajados ao longo do tempo (Phillips e Young, 2009).

As **oportunidades de voluntariado** são outro aspecto essencial. Por meio delas, os egressos podem contribuir diretamente para a Rede e para a sociedade. A participação em iniciativas como organização de eventos, programas de mentoria e ações sociais promove não apenas o impacto externo, mas também a construção de relações significativas entre os membros. Essas experiências reforçam o vínculo emocional com a Rede, incentivando o engajamento a partir de uma conexão mais profunda e colaborativa (Davenport e Prusak, 1998).

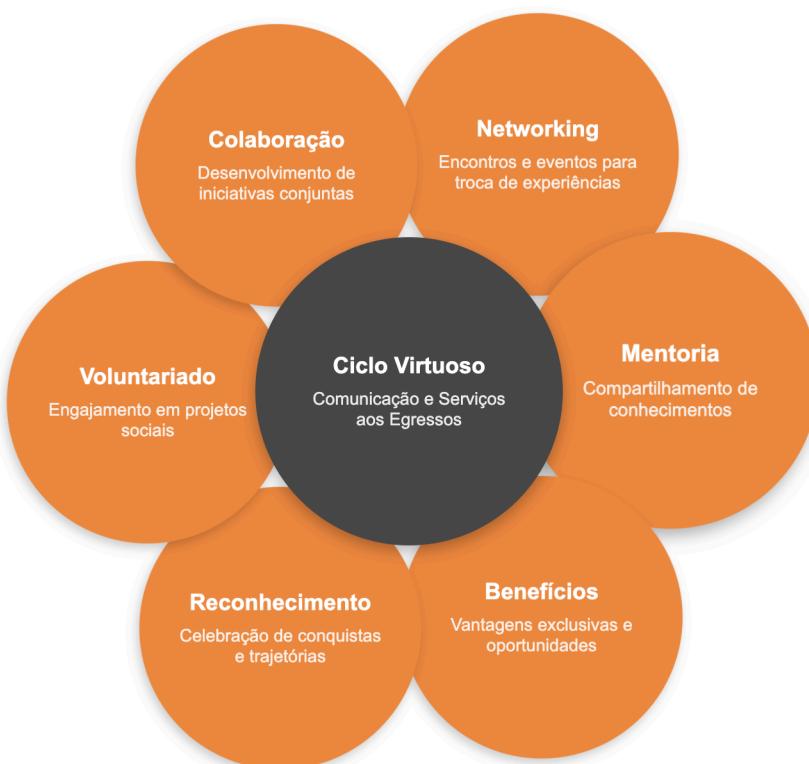
Os **programas de reunião**, tanto em nível nacional quanto regional, desempenham um papel central no fortalecimento das relações interpessoais entre os egressos. Encontros regulares permitem a troca de experiências, fortalecem os laços da comunidade e criam novas oportunidades de networking. A Rede pode ampliar sua relevância promovendo eventos de grande escala, complementados por reuniões regionais que atendam às especificidades locais, permitindo uma conexão mais personalizada entre os participantes (Kaplan e Haenlein, 2010).

Os **serviços de carreira contínuos** representam outra dimensão fundamental para o sucesso da Rede. Recursos como busca de emprego, workshops de desenvolvimento de habilidades e mentoria de carreira não apenas apoiam o crescimento individual dos membros,

mas também reforçam a reputação da Rede como um espaço de excelência em liderança pública. Essa orientação estratégica é essencial para conectar o progresso dos egressos ao impacto mais amplo na gestão pública (Grunig, 1992).

Outro aspecto importante, o **reconhecimento de conquistas** atua como um poderoso incentivo para fortalecer o vínculo emocional com a Rede. A valorização das realizações dos membros, por meio de prêmios, homenagens ou destaque em eventos e publicações, reforça a identidade da Rede e inspira outros a alcançar novos patamares. Esse reconhecimento público cria uma cultura de celebração que promove o orgulho e a motivação contínua entre os egressos (Kress e van Leeuwen, 2001).

Figura 02: ciclo virtuoso das ações que combinam: comunicação e oferta de serviços aos egressos
[Clique aqui para a figura dinâmica](#)



Fonte: Elaborado pelo autor

Em síntese, o sucesso da Rede *Alumni* LideraGOV depende de sua capacidade de promover vínculos fortes entre os egressos e a Rede, assegurando que eles tenham espaços para interagir, colaborar e se desenvolver. Ao integrar programas de networking, mentoria, benefícios exclusivos, voluntariado, encontros regulares, serviços de carreira e reconhecimento de conquistas, a Rede se consolida como um modelo de inovação e impacto no fortalecimento da liderança pública no Brasil. Essa abordagem não apenas sustenta a coesão interna, mas também posiciona a Rede como um espaço transformador, contribuindo de forma decisiva para o avanço da eficiência e qualidade na administração pública.

3.1 Ferramentas tecnológicas: infraestrutura necessária para a implantação da rede:

A implantação de uma rede *alumni* eficaz e inovadora, como a Rede LideraGOV, depende de uma infraestrutura tecnológica bem planejada e alinhada às necessidades de comunicação, interação e desenvolvimento de seus membros. Essa infraestrutura não é apenas um suporte técnico; ela representa o alicerce sobre o qual se constrói a conexão contínua entre os egressos, criando um espaço que promove aprendizado, colaboração e fortalecimento de vínculos. Ferramentas tecnológicas adequadas são indispensáveis para viabilizar essa interação de maneira escalável, acessível e eficaz, assegurando que a Rede possa cumprir seu papel de catalisadora de lideranças públicas transformadoras (Turban et al., 2020).

A peça central dessa infraestrutura é a **plataforma online centralizada**, que serve como o núcleo virtual da Rede *Alumni* LideraGOV. Essa plataforma deve ser intuitiva, responsiva e acessível em dispositivos variados, permitindo que os membros interajam de maneira prática e eficiente. Entre suas funcionalidades essenciais, destacam-se perfis detalhados dos membros, fóruns de discussão, calendários de eventos, sistemas de mentoria e murais de oportunidades de carreira. Essas ferramentas não apenas facilitam a comunicação, mas também criam um ecossistema interativo que promove o engajamento e valoriza o conhecimento compartilhado. A inclusão de gamificação, como rankings e prêmios virtuais, pode aumentar a motivação dos membros, reforçando sua participação contínua (Kotler e Keller, 2012).

O uso estratégico de **redes sociais** complementa as funções da plataforma centralizada, ampliando o alcance da Rede e promovendo seu conteúdo de forma direcionada. Plataformas como LinkedIn, Facebook e Instagram oferecem espaços para interação dinâmica e visibilidade pública, além de permitir a criação de grupos exclusivos voltados para discussões temáticas e divulgação de eventos. As redes sociais também viabilizam transmissões ao vivo e a gravação de eventos, permitindo que os egressos participem independentemente de sua localização geográfica, o que é especialmente relevante para uma rede com membros dispersos pelo território nacional (Kaplan e Haenlein, 2010).

Ferramentas de comunicação síncrona e assíncrona também são indispensáveis para manter a conexão entre os membros. O uso de e-mail marketing facilita a disseminação de informações sobre novidades, eventos e oportunidades de carreira, enquanto aplicativos de mensagens instantâneas, como WhatsApp ou Telegram, são úteis para grupos temáticos ou discussões rápidas. Por sua vez, plataformas de videoconferência, como Zoom ou Google Meet, oferecem a estrutura necessária para a realização de mentorias online, webinars e reuniões, assegurando a interação em tempo real e a troca de experiências entre os membros da Rede (Rice e Gattiker, 2001).

A gestão eficiente dos dados dos membros requer a adoção de sistemas de **Customer Relationship Management (CRM)**, que permitem a segmentação personalizada das comunicações, a análise de interações e a gestão integrada das informações. Ferramentas de análise de dados complementam essa abordagem, oferecendo insights valiosos sobre o engajamento e as tendências de comportamento dos membros. Esses dados são cruciais para a formulação de estratégias ajustadas às necessidades e expectativas da comunidade *alumni*, promovendo melhorias contínuas e alinhamento com os objetivos institucionais (Phillips e Young, 2009).

A produção de conteúdos audiovisuais de alta qualidade, como vídeos informativos, podcasts temáticos e animações explicativas, enriquece a experiência dos membros e contribui para a disseminação de informações de forma criativa e envolvente. O desenvolvimento de um aplicativo móvel dedicado à Rede *Alumni* também surge como uma oportunidade para ampliar o alcance e facilitar o acesso às funcionalidades da plataforma centralizada. Essa mobilidade

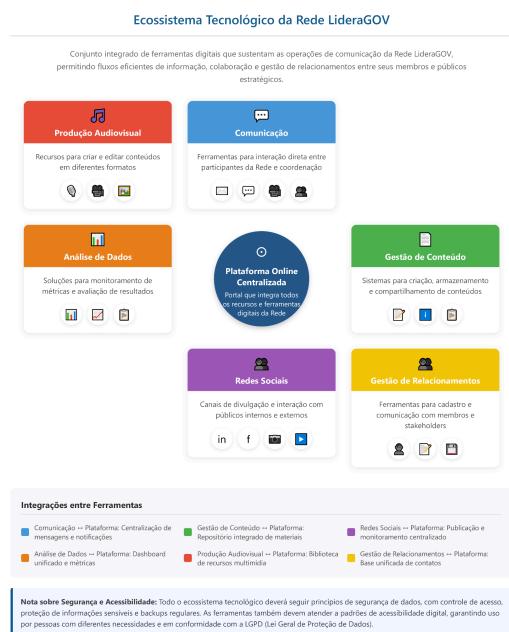
promove maior interação, especialmente para membros que preferem consumir conteúdos e interagir por meio de dispositivos móveis (Kress e van Leeuwen, 2001).

Em última análise, a integração da plataforma com outros sistemas governamentais pode ampliar as oportunidades oferecidas aos egressos, consolidando a Rede como um espaço estratégico para a troca de informações e serviços relevantes ao setor público. Essa abordagem não apenas fortalece a Rede como uma referência em liderança pública, mas também a posiciona como um modelo de inovação na gestão de comunidades colaborativas (Davenport e Prusak, 1998).

A escolha das ferramentas tecnológicas deve ser guiada por critérios de escalabilidade, flexibilidade e segurança, garantindo que a infraestrutura atenda tanto às demandas atuais quanto às futuras necessidades da Rede. A implementação de uma base tecnológica sólida e alinhada aos objetivos da Rede *Alumni LideraGOV* não apenas facilita as interações entre seus membros, mas também potencializa sua capacidade de promover impacto na gestão pública. Dessa forma, a Rede se estabelece como um espaço dinâmico e inovador, que conecta lideranças e impulsiona transformações no setor público brasileiro.

Infográfico 04: ecossistema tecnológico

[Clique aqui para representação gráfica web](#)



Fonte: elaborado pelo autor

3.2 Recursos humanos: capital intelectual necessário para implantar e manter atualizada a rede

A sustentação e o desenvolvimento da Rede *Alumni LideraGOV* dependem essencialmente de uma equipe qualificada, capaz de articular competências diversas em prol de uma gestão eficiente e inovadora. A análise de iniciativas semelhantes e relatórios da ONU reforça a necessidade de um capital intelectual qualificado e especializado para garantir o êxito da Rede. Essa estrutura demanda profissionais com expertise em gestão, comunicação, análise de dados e liderança, além de uma compreensão aprofundada do contexto da administração pública brasileira.

O gerenciamento da Rede *Alumni LideraGOV* requer profissionais com habilidades específicas para criar e manter uma dinâmica colaborativa entre os membros. Primeiramente, especialistas em **gestão de redes colaborativas** são indispensáveis para desenvolver estratégias que promovam engajamento, comunicação eficaz e troca de experiências entre os egressos. Esses profissionais devem compreender os mecanismos de redes sociais e comunitárias, garantindo que as interações gerem valor coletivo (Davenport e Prusak, 1998). Complementarmente, a **comunicação estratégica** desempenha um papel central, pois permite à Rede consolidar sua identidade e alinhar seus objetivos às necessidades dos membros. A criação de conteúdos multimídia, como podcasts, artigos especializados e wikis, exige profissionais com habilidades em comunicação digital e produção audiovisual, essenciais para alcançar públicos diversos e maximizar o impacto das mensagens transmitidas (Cornelissen, 2017).

A equipe deve contar também com especialistas em **planejamento estratégico**, responsáveis por estabelecer metas, definir indicadores de desempenho e elaborar cronogramas. Essa função é crítica para assegurar que os esforços sejam direcionados e monitorados de maneira eficaz, promovendo a sustentabilidade das iniciativas. Planos de ação detalhados, gestão de orçamentos e a geração de relatórios periódicos são ferramentas essenciais nesse processo, garantindo alinhamento com os objetivos institucionais da Rede (Kotler e Keller, 2012). A complementaridade dessa função com a **análise de dados** é evidente, visto que os profissionais

responsáveis por coletar e interpretar informações sobre o perfil dos egressos, seus interesses e níveis de engajamento fornecem insumos fundamentais para ajustar estratégias. A análise de dados torna-se, assim, um recurso indispensável para gerar insights baseados em evidências, permitindo uma tomada de decisão mais precisa e informada (Turban et al., 2020).

A **coordenação de atividades** é outra dimensão que exige atenção especial. A facilitação de grupos, por exemplo, demanda profissionais capacitados para conduzir reuniões, workshops e eventos, promovendo um ambiente de diálogo e colaboração. Essa habilidade é essencial para criar espaços nos quais os egressos possam compartilhar experiências, debater soluções e gerar ideias inovadoras. Paralelamente, um programa de **mentoria estruturado** requer profissionais experientes em liderança e gestão pública, capazes de oferecer orientação prática e inspiradora aos membros da Rede. O impacto da mentoria depende, em grande medida, de sua capacidade de conectar profissionais experientes com aqueles que buscam desenvolvimento, formando um ciclo contínuo de aprendizado e aperfeiçoamento (Grunig, 1992).

Outro aspecto relevante é a mobilização. Profissionais especializados em **mobilização e engajamento** são cruciais para ampliar a participação dos membros em eventos e campanhas organizadas pela Rede. O uso estratégico de plataformas digitais, combinado com estratégias de comunicação direcionadas, potencializa a presença ativa dos membros e aumenta o alcance das iniciativas promovidas. A capacidade de mobilizar recursos humanos e materiais reflete diretamente na capacidade da Rede de alcançar seus objetivos de longo prazo (Kaplan e Haenlein, 2010).

Entre as **habilidades transversais** exigidas da equipe, destaca-se o conhecimento aprofundado do setor público brasileiro. Entender as especificidades da administração pública, seus desafios e oportunidades é fundamental para que as estratégias da Rede sejam relevantes e eficazes. Essa compreensão deve ser acompanhada por uma **visão estratégica** que permita antecipar tendências e adaptar as atividades às transformações do setor público. A habilidade de adaptação é igualmente essencial, dada a natureza dinâmica da administração pública e as mudanças constantes nas demandas dos egressos (Rice e Gattiker, 2001).

O sucesso da Rede *Alumni LideraGOV* depende de uma equipe multidisciplinar, cuja integração de competências permita superar os desafios e potencializar as oportunidades inerentes ao seu propósito. A combinação de habilidades técnicas, visão estratégica e adaptabilidade é

indispensável para transformar a Rede em um modelo de excelência e inovação no fortalecimento da liderança pública no Brasil. Ao investir em recursos humanos qualificados e comprometidos, a Rede se posiciona como um espaço de conexão e aprendizado contínuo, capaz de gerar impactos significativos no contexto da administração pública.

3.3 Trilha do Egresso na Rede LideraGOV

A Rede LideraGOV configura-se como um ecossistema dinâmico voltado ao desenvolvimento de lideranças no setor público, estruturando-se a partir de uma trilha de egressometiculosa mente planejada para maximizar a geração de capital social, estimular processos inovadores e assegurar o engajamento contínuo. O presente exame aprofunda-se na jornada do egresso, investigando a intersecção entre a experiência do usuário, a comunicação estratégica e os efeitos sinérgicos que emergem da integração entre tecnologia, conhecimento e redes de colaboração.

O ingresso na Rede transcende a formalidade de uma adesão, funcionando como um processo de imersão estratégica. O e-mail de boas-vindas desempenha um papel fundamental ao direcionar o egresso para a criação de login e senha e à exploração inicial da plataforma. Mais do que uma formalidade, a configuração do perfil representa a construção de uma identidade digital, estabelecendo os alicerces para a personalização da experiência e a progressiva inserção em um ambiente de troca e aprendizado. Recursos como a biblioteca e o repositório, disponíveis desde o primeiro acesso, operam como instrumentos de ambientação e de familiarização com a dinâmica de compartilhamento de conhecimento.

A ambientação do egresso é reforçada por meio de dispositivos interativos, como tutoriais em vídeo e questionários, que articulam elementos pedagógicos e gamificados para despertar o engajamento inicial. A estruturação desses recursos não é arbitrária, mas orientada por princípios de aprendizagem ativa, nos quais a interatividade se alinha à construção gradual do repertório do usuário. Ao introduzir funcionalidades da plataforma de maneira envolvente, essas ferramentas promovem uma internalização mais intuitiva da lógica de funcionamento da Rede, incentivando um engajamento sustentado e orgânico.

A consolidação da participação passa pelo estímulo à formação de conexões estratégicas, o que reforça a dimensão social da Rede. A participação ativa em fóruns e grupos de discussão não apenas fortalece o senso de pertencimento, mas também desempenha um papel essencial na construção de redes de relacionamento – um fator determinante para a circulação do conhecimento e a inovação colaborativa. Eventos e webinários segmentados atuam como catalisadores dessas interações, promovendo um espaço de intercâmbio qualificado e estimulando o desenvolvimento de uma cultura de cooperação estruturada. Nesse sentido, a troca de experiências não se limita a um intercâmbio informacional, mas converte-se em um mecanismo de validação social e de consolidação da reputação profissional.

O valor da curadoria de conteúdo emerge como um eixo central no desenho da experiência do egresso. O fornecimento de conteúdos pós-evento, boletins informativos e recomendações personalizadas demonstra a aplicação estratégica de técnicas de gestão da informação para otimizar a relevância do material oferecido. A personalização algorítmica, baseada em dados de perfil e comportamento do usuário, atua na modelagem de trilhas customizadas, proporcionando um acesso inteligente a recursos que melhor dialogam com os interesses e desafios do egresso. O repositório de artigos, estudos de caso e trabalhos de conclusão, ao operar como um espaço de inteligência coletiva, potencializa o aprendizado contínuo e sustenta um ambiente de inovação baseado na curadoria colaborativa.

O programa de mentoria, pilar essencial da Rede, estrutura-se como um mecanismo sofisticado para o fortalecimento do capital humano. Seu desenho metodológico, ancorado em processos de combinação entre mentores e mentorados por meio de algoritmos que consideram perfis, interesses e objetivos profissionais, assegura que as interações geradas tenham alto valor agregado. Associado a isso, a divulgação de oportunidades de capacitação e o reconhecimento institucional de conquistas individuais consolidam uma cultura organizacional voltada ao crescimento profissional e à excelência no setor público.

O estímulo à participação ativa e à inovação é reforçado por iniciativas que operam na lógica da cocriação. Projetos colaborativos inserem os egressos na dinâmica de inovação aberta, promovendo um ambiente propício ao desenvolvimento de soluções criativas e à incorporação de novas abordagens para desafios complexos. A valorização das trajetórias de sucesso, por meio de narrativas institucionais estrategicamente estruturadas, amplia o engajamento e impulsiona a

replicação de boas práticas. Complementarmente, a implementação de pesquisas de satisfação e de feedback contínuo fecha o ciclo de melhoria contínua, garantindo que a trilha de egresso se mantenha responsiva às necessidades e expectativas dos participantes.

Ao adotar uma abordagem de orquestração estratégica da experiência do egresso, a Rede LideraGOV posiciona-se na vanguarda da gestão de comunidades de liderança no setor público. A interseção entre comunicação estratégica, personalização algorítmica e metodologias de engajamento demonstra a sofisticação do modelo adotado. A existência de um programa robusto de mentoria e de mecanismos de inovação aberta reafirma o compromisso da Rede com a criação de valor compartilhado e com a produção de impacto sustentável.

Diante desse contexto, algumas oportunidades de aprimoramento podem ser vislumbradas. A introdução de análises preditivas poderia permitir a antecipação de necessidades e a customização proativa das recomendações. O uso de blockchain para certificação de competências traria maior transparência e credibilidade aos processos de validação de conquistas. A inteligência artificial aplicada à curadoria de conteúdo poderia elevar ainda mais a precisão das recomendações, otimizando a jornada do usuário. Como última consideração, a incorporação de tecnologias imersivas, como realidade virtual, ampliaria a interação e aprofundaria as dinâmicas de engajamento.

A trilha do egresso da Rede LideraGOV, ao estruturar-se sobre fundamentos sólidos de engajamento e desenvolvimento contínuo, emerge como um modelo paradigmático na administração pública. Sua concepção evidencia uma convergência entre estratégias de comunicação, personalização tecnológica e redes colaborativas, consolidando um espaço fértil para a construção de conhecimento e inovação. Ao manter-se em constante evolução, a Rede se posiciona não apenas como um espaço de formação, mas como um laboratório de experimentação e uma referência na transformação digital do setor público.

Figura 03: Fluxograma da Trilha do Egresso na Rede LideraGOV

[Clique aqui para representação na Web](#)

[Clique aqui para representação no Miro](#)



Fonte: Elaborado pelo autor

Referências

- CORNELISSEN, Joep. *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2017.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. *Conhecimento Empresarial: Como as Organizações Gerenciam o seu Capital Intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998.

GRUNIG, James E. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2. ed. London: Routledge, 2001.

PHILLIPS, David; YOUNG, Philip. *Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*. 2. ed. London: Kogan Page, 2009.

RICE, Ronald E.; GATTIKER, Urs E. New media and organizational structuring. *Handbook of Organizational Behavior*, v. 2, p. 32-44, 2001.

TURBAN, Efraim; POLLARD, Carol; WOOD, Gregory. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. 12. ed. Hoboken: Wiley, 2020.

4. SITE DA REDE LIDERAGOV: o portal institucional

O portal institucional da Rede LideraGOV representa um componente estratégico do Programa de Desenvolvimento de Líderes da Administração Pública Federal. Servindo como repositório central de informações e ponto de interação entre os egressos, o portal organiza-se em seções temáticas que abrangem desde a divulgação de dados sobre o programa até ferramentas de suporte à rede de líderes. Além da página eletrônica do MGI sobre o LideraGOV, é importante destacar também a nova [página da ENAP](#) sobre o Programa, que oferece informações complementares e serve como um importante canal institucional para a divulgação da iniciativa.

4.1 Diagnóstico da Situação Encontrada: Descritivo Tecnológico e de Serviços

Do ponto de vista tecnológico, o portal da Rede LideraGOV apresenta características que o tornam funcional, mas ainda aquém das possibilidades de uma plataforma verdadeiramente integrada. Atualmente, utiliza linguagens como HTML, CSS e JavaScript para sua estrutura e interatividade, sendo hospedado em servidores web que garantem a acessibilidade pública. A integração com plataformas externas, como LinkedIn e YouTube, permite diversificar os meios de comunicação e promover materiais multimídia, enquanto o uso de ferramentas como WhatsApp auxilia na comunicação rápida entre os membros da Rede.

Por outro lado, essas características também evidenciam limitações importantes. A dependência de plataformas externas, como o WhatsApp e o LinkedIn, gera uma fragmentação das interações e dificulta o controle sobre os dados e a experiência dos usuários. Outro aspecto a ser considerado é que o sistema de busca do portal é limitado, o que pode comprometer a usabilidade, especialmente considerando o grande volume de documentos e informações disponíveis. A acessibilidade é outro ponto a ser revisado, uma vez que práticas inclusivas, como a adoção de recursos de leitura em tela e contrastes otimizados, não estão plenamente implementadas (WCAG, 2018).

No que se refere aos serviços, o portal desempenha um papel essencial ao fornecer informações detalhadas sobre o Programa LideraGOV. Seções como “Sobre o Programa”, “Processo Seletivo” e “Curso de Formação” oferecem transparência sobre os objetivos e metodologias da iniciativa. A seção “Egressos LideraGOV” busca destacar os participantes, enquanto áreas como “Publicações” e “Galeria” ampliam a visibilidade das atividades e conquistas da Rede. No entanto, a falta de um sistema de personalização de conteúdo dificulta o acesso rápido a informações específicas, reduzindo a eficiência da navegação.

Diante do exposto, é possível perceber que o portal apresenta potencial para expandir suas funcionalidades como um ambiente de gestão da Rede. Atualmente, a moderação de conteúdo no LinkedIn e o suporte para currículos no SouGov.br são elementos que ajudam a estruturar a Rede, mas poderiam ser centralizados e integrados a uma plataforma própria. A ausência de um sistema eficiente para organizar membros, eventos e oportunidades profissionais limita o alcance e a funcionalidade do portal como ferramenta estratégica

4.1.1 Recomendações para o Desenvolvimento do Portal

Com base nesse diagnóstico, recomenda-se que o portal da Rede LideraGOV seja reestruturado para atender às demandas atuais e futuras da Rede. Em primeiro lugar, a criação de uma plataforma integrada e própria reduziria a dependência de soluções externas e aumentaria o controle sobre os dados e a experiência dos usuários. Essa plataforma poderia centralizar funcionalidades de comunicação, gestão de membros e personalização de conteúdo, além de oferecer análises detalhadas sobre o impacto do programa (Davenport e Prusak, 1998).

Ademais, o aprimoramento do sistema de busca e a implementação de práticas inclusivas devem ser priorizados para aumentar a usabilidade e garantir que o portal seja acessível a todos os membros da Rede, independentemente de suas necessidades específicas (Norman, 2013). Funcionalidades como dashboards interativos para análise de dados e ferramentas de aprendizado contínuo poderiam transformar o portal em um espaço ainda mais dinâmico e interativo.

Por fim, o desenvolvimento de uma estratégia de atualização contínua do conteúdo é fundamental para manter o portal relevante e confiável. A inclusão de seções dedicadas a estudos de caso, webinars e trilhas de aprendizado personalizadas contribuiria para fortalecer o vínculo

dos egressos com a Rede, enquanto a promoção de eventos integrados e fóruns de discussão incentivaria a troca de experiências e ideias (Wenger, 1998).

Ao implementar essas mudanças, o portal da Rede LideraGOV poderá consolidar-se como um núcleo estratégico de interação e gestão, ampliando significativamente seu impacto no fortalecimento de lideranças e na promoção de inovações na administração pública.

4.2 Recomendações Estratégicas para a Implementação

Com base no diagnóstico sobre o estado atual do portal da Rede LideraGOV, foram elaboradas recomendações estratégicas que buscam aprimorar sua funcionalidade, ampliar seu impacto e consolidar sua posição como ferramenta essencial para o desenvolvimento de líderes na administração pública brasileira. Essas recomendações são fundamentadas em princípios de usabilidade, acessibilidade e inovação tecnológica, considerando tanto as demandas dos egressos quanto os objetivos institucionais do programa.

A primeira recomendação é o desenvolvimento de uma plataforma digital própria e integrada, que substitua a dependência de ferramentas externas, como WhatsApp e LinkedIn. Uma plataforma unificada pode centralizar funcionalidades de comunicação, gestão de membros, eventos e acesso a materiais didáticos. Essa abordagem oferece maior controle sobre a experiência do usuário, segurança dos dados e consistência na comunicação institucional, ao mesmo tempo que reforça a identidade da Rede (Davenport e Prusak, 1998).

A integração dessa plataforma com bases de dados governamentais, como o SouGOV.br e o Sistema Integrado de Administração de Pessoal (SIAPE), permitiria a automatização de processos, como acompanhamento de carreiras e geração de indicadores de impacto, otimizando a gestão da Rede e fortalecendo sua relevância estratégica. No âmbito da comunicação interna, a implementação de canais segmentados por turmas, áreas de interesse ou localização geográfica pode facilitar a troca de informações relevantes e promover um engajamento mais efetivo. A organização de grupos de trabalho temáticos e eventos, como webinars e encontros presenciais, reforça a colaboração entre os egressos e fomenta o networking, elementos fundamentais para o fortalecimento de uma comunidade de prática (Wenger, 1998). Adicionalmente, a criação de um

sistema de notificações integrado à plataforma garantiria que os membros estejam sempre informados sobre novidades, oportunidades e eventos.

O aprimoramento da gestão de membros é outra prioridade estratégica. Um sistema integrado que reúna informações sobre competências, interesses e experiências dos egressos facilitaria a conexão entre profissionais e a identificação de talentos para projetos específicos. Nessa perspectiva, a criação de um banco de talentos e a implementação de um programa de mentoria formal conectariam egressos experientes a novos membros, promovendo suporte mútuo e a troca de conhecimento. Ferramentas como um calendário de eventos centralizado e sistemas para acompanhar o progresso de iniciativas da Rede também são fundamentais para aumentar a eficiência na gestão das atividades.

A qualificação e diversificação do conteúdo do portal representam outro eixo essencial. A criação de um repositório digital que inclua artigos, vídeos, estudos de caso e outros materiais didáticos não apenas enriquece a experiência dos membros, mas também posiciona o portal como referência em conhecimento aplicado à liderança pública. Sistemas de busca mais otimizado e ferramentas de personalização, como recomendações de conteúdo baseadas nos interesses dos usuários, podem aumentar significativamente a eficiência e o engajamento (Norman, 2013). A tradução de conteúdos para outros idiomas, como inglês e espanhol, amplia o alcance da Rede, enquanto a adoção de práticas inclusivas, como legendas em vídeos e recursos de áudio-descrição, promove a acessibilidade para pessoas com deficiência (WCAG, 2018).

Nessa perspectiva, a promoção ativa da Rede e divulgação de seus resultados permitem ampliar sua visibilidade e impacto. Estratégias de comunicação externa que incluem a divulgação de histórias de sucesso dos egressos, parcerias com instituições de ensino e eventos em órgãos públicos podem fortalecer a imagem da Rede como referência em gestão pública. O monitoramento contínuo e a avaliação dos resultados, com métricas claras e relatórios periódicos, garantem que as ações implementadas sejam efetivas e estejam alinhadas aos objetivos estratégicos.

Ao adotar essas recomendações, o portal da Rede LideraGOV poderá consolidar-se como uma ferramenta estratégica e inovadora, promovendo o fortalecimento das lideranças no setor público e contribuindo para a construção de um Estado mais eficiente, inclusivo e responsável às demandas da sociedade.

4.3 Desenvolver um Repositório para os Trabalhos dos Alunos: Facilitando a Visibilidade da Produção da Rede

A criação de um repositório digital para os trabalhos dos alunos do Programa LideraGOV surge como uma iniciativa estratégica para consolidar a Rede como um espaço de excelência na produção e disseminação de conhecimento em administração pública. Esse repositório, concebido como uma biblioteca digital integrada ao portal institucional da Rede, funcionaria como um acervo organizado e acessível, capaz de preservar, disseminar e valorizar a produção intelectual dos egressos, promovendo maior visibilidade e impacto.

Um repositório digital caracteriza-se como uma plataforma destinada ao armazenamento, organização e acesso à produção intelectual de um grupo ou instituição (Borgman, 2007). No contexto da Rede LideraGOV, a implementação de tal ferramenta permitiria centralizar os trabalhos desenvolvidos pelos participantes durante e após sua participação no programa. Essa centralização facilitaria não apenas a consulta aos materiais produzidos, mas também a preservação da memória institucional e a ampliação do alcance do conhecimento gerado. Diante desse cenário, a inclusão do repositório na estrutura do portal promoveria uma experiência mais coesa e integrada, alinhada ao objetivo de oferecer um ponto central para a gestão da Rede.

A funcionalidade do repositório deve atender a critérios de usabilidade e eficiência. Uma busca avançada, combinada a filtros por autor, tema, ano de publicação e palavras-chave, garantiria que os usuários localizassem rapidamente os trabalhos de seu interesse (Norman, 2013). Cada item do repositório incluiria metadados detalhados, como título, resumo e informações sobre o autor, otimizando a indexação e a acessibilidade. O respeito aos direitos autorais dos autores seria garantido por meio de políticas claras de controle de acesso, assegurando que a disseminação do conteúdo respeite os interesses e permissões de seus criadores (Smith, 2004). A classificação temática dos trabalhos, com base em áreas-chave como liderança, inovação e gestão pública, também facilitaria a navegação e destacaria a relevância da produção da Rede.

A diversidade dos trabalhos a serem incluídos no repositório reflete a amplitude das contribuições dos egressos do Programa LideraGOV. Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC),

desenvolvidos como parte das atividades finais do programa, documentam soluções práticas para desafios enfrentados na administração pública. Artigos acadêmicos, frequentemente publicados em periódicos especializados, oferecem reflexões aprofundadas sobre questões teóricas e práticas. Estudos de caso detalham experiências concretas, documentando lições aprendidas e soluções inovadoras implementadas por servidores públicos. Nesse sentido, Planos de Desenvolvimento Individual (PDI) representam registros das metas, estratégias e ações propostas pelos participantes para seu crescimento profissional e sua atuação como líderes transformadores.

A implementação de um repositório digital traria benefícios significativos para a Rede LideraGOV e seus stakeholders. Ao ampliar a visibilidade da produção intelectual dos egressos, o repositório reforça a relevância do Programa como um catalisador de inovações e boas práticas no setor público (Harnad, 2001). O acesso facilitado ao conteúdo contribui para a disseminação de conhecimento entre servidores públicos, pesquisadores e a sociedade em geral, promovendo um impacto positivo que transcende os limites institucionais da Rede. Adicionalmente, a preservação da memória institucional consolida a trajetória do Programa, destacando sua evolução e as contribuições de seus participantes ao longo dos anos.

O repositório também desempenharia um papel central no fortalecimento da identidade da Rede como uma comunidade de prática e aprendizado. Ao documentar a diversidade e a qualidade das contribuições dos egressos, o repositório reafirma os valores e os objetivos do Programa LideraGOV, incentivando a colaboração e o compartilhamento de conhecimento (Wenger, 1998). A possibilidade de acessar, estudar e utilizar os trabalhos disponíveis estimula o desenvolvimento contínuo dos membros da Rede, incentivando-os a produzir conteúdos de alta qualidade que impactem positivamente suas práticas profissionais e institucionais.

Portanto, o desenvolvimento de um repositório digital para os trabalhos dos alunos é uma iniciativa essencial para consolidar a Rede LideraGOV como um polo de produção e disseminação de conhecimento na administração pública. Essa ferramenta não apenas amplia o impacto do Programa, mas também contribui para a construção de um Estado mais eficiente, democrático e responsável às demandas da sociedade contemporânea. Ao garantir a preservação e a valorização da produção intelectual dos egressos, o repositório reafirma o compromisso da Rede com a inovação e o fortalecimento do serviço público brasileiro.

Referências

- BORGMAN, C. L. *Scholarship in the Digital Age: Information, Infrastructure, and the Internet.* Cambridge: MIT Press, 2007.
- DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know.* Boston: Harvard Business School Press, 1998.
- HARNAD, S. The self-archiving initiative: Freeing the refereed research literature online. *Nature*, v. 410, p. 1024–1025, 2001.
- NORMAN, D. A. *The Design of Everyday Things.* Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013.
- SMITH, M. Exploring the sustainability of open access publishing models. *Journal of Electronic Publishing*, v. 7, n. 2, 2004.
- WCAG. *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1.* World Wide Web Consortium (W3C), 2018. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>. Acesso em: 1 jan. 2025.
- WENGER, E. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity.* Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

5. REDES SOCIAIS LIDERAGOV: Canais para Maior Conexão

O Programa LideraGOV tem se consolidado como uma iniciativa estratégica na formação de líderes para o setor público brasileiro. No entanto, o fortalecimento da Rede LideraGOV, como uma comunidade dinâmica e integrada, depende diretamente de sua presença nas redes sociais. Esses canais, quando bem gerenciados, podem ampliar a visibilidade da Rede, promover a interação entre os membros e consolidar seu papel como referência em liderança pública. A análise apresentada a seguir examina as principais plataformas utilizadas pela Rede, identifica suas limitações e potencialidades, e propõe recomendações para uma atuação mais estratégica e engajadora.

As redes sociais da Rede LideraGOV apresentam características distintas que influenciam sua eficácia como ferramentas de conexão e comunicação. No caso do WhatsApp, o uso de grupos demonstra agilidade na troca de mensagens e no compartilhamento de informações. Contudo, a dificuldade em organizar discussões e a dispersão do histórico de mensagens limitam seu potencial para diálogos aprofundados. Soluções como a criação de grupos temáticos ou a migração para plataformas mais bem estruturadas, como o Discord, podem oferecer maior organização e acessibilidade (Krug, 2014).

O LinkedIn, por sua vez, destaca-se como uma plataforma profissional que favorece o fortalecimento da marca pessoal dos egressos e a disseminação de informações institucionais. Apesar disso, a interação limitada entre os membros da Rede evidencia a necessidade de uma abordagem mais ativa. Grupos exclusivos para egressos, debates temáticos e eventos online são exemplos de estratégias que podem impulsionar o engajamento e promover maior troca de experiências (Kotler e Keller, 2016).

A ausência de informações sobre o uso do Instagram e do Facebook pela Rede representa uma lacuna significativa. O Instagram, por seu apelo visual e alta capacidade de engajamento, é uma plataforma ideal para humanizar a comunicação e compartilhar histórias de sucesso dos egressos. Já o Facebook, ainda amplamente utilizado em diversos contextos no Brasil, pode ser explorado como um canal complementar para notícias e eventos, desde que haja clareza sobre a relevância da plataforma para o público-alvo (Norman, 2013).

Plataformas específicas, como o SouGov, têm potencial para promover a comunicação interna entre servidores públicos, enquanto o Discord, com sua versatilidade para organização de canais temáticos e eventos online, pode fortalecer o senso de comunidade e colaboração entre os egressos (Wenger, 1998). No entanto, a utilização dessas ferramentas requer uma avaliação criteriosa de viabilidade e alinhamento com os objetivos da Rede.

Diante desse diagnóstico, recomenda-se a formulação de uma estratégia de comunicação integrada, que defina objetivos claros, um calendário editorial consistente e produza conteúdos variados e relevantes para o público-alvo. A interação entre os membros deve ser incentivada por meio de atividades como lives, enquetes e debates online, criando um ambiente que fomente a troca de ideias e a construção de vínculos. A profissionalização da gestão das redes sociais, com o apoio de especialistas, é essencial para assegurar a eficácia e a qualidade das iniciativas (Patton, 2008).

O monitoramento contínuo dos resultados deve ser uma prioridade, utilizando métricas de desempenho como alcance, engajamento e crescimento da comunidade para avaliar o impacto das ações e ajustar a estratégia conforme necessário. Esse acompanhamento permite que a Rede LideraGOV se mantenha relevante e conectada às demandas de seus membros, contribuindo para o fortalecimento de sua identidade institucional e o alcance de seus objetivos estratégicos.

Portanto, as redes sociais da Rede LideraGOV têm o potencial de se tornarem ferramentas centrais para amplificar sua influência e promover uma conexão significativa entre seus membros. Ao adotar uma abordagem estratégica e baseada em evidências, a Rede pode transformar esses canais em espaços dinâmicos de interação, aprendizado e colaboração, consolidando sua relevância no cenário da administração pública brasileira.

5.1 Podcast e YouTube como Canais Integrados de Comunicação

No âmbito da administração pública brasileira, a Rede LideraGOV emerge como um ecossistema voltado ao desenvolvimento de lideranças, reconhecendo na comunicação um pilar incontornável para a edificação de uma comunidade coesa e para a disseminação de um saber especializado. Neste cenário, delineia-se a proposta de expansão dos canais comunicativos da

Rede, mediante a implementação de um podcast e de um canal no YouTube. Tal iniciativa, longe de ser um mero incremento, insere-se numa estratégia orquestrada para atender às demandas de um público heterogêneo, que se estende da sociedade civil a especialistas em nichos específicos da gestão pública. Ao propor tal expansão, a Rede LideraGOV não apenas reforça seu compromisso com a inovação e o aprendizado contínuo, mas também reafirma seu papel de vanguarda na busca pela excelência na administração pública. A sinergia projetada entre a acessibilidade comunicativa do podcast e a profundidade analítica do canal no YouTube visa, em última instância, estabelecer uma ponte dialógica entre o conhecimento técnico e o cidadão, fomentando os ideais de transparência, engajamento e disseminação de boas práticas.

A instituição de um podcast, especificamente concebido para a Rede LideraGOV, desvela uma oportunidade para amplificar o alcance comunicativo e fortalecer seu protagonismo na disseminação de conhecimento sobre a administração pública. Configurado como um canal dialógico, o podcast destina-se tanto à sociedade civil quanto aos próprios gestores públicos, primando pela abordagem de temas prementes sob uma ótica acessível e didática. Neste sentido, o objetivo precípua é informar e educar, descortinando à sociedade e aos gestores um manancial de informações e aprendizados essenciais à administração pública, em linguagem clara e acessível. Busca-se, com isso, democratizar o acesso ao conhecimento, desmistificando conceitos e encurtando a distância entre o cidadão e a esfera pública. Ademais, intenta-se promover a transparência, disseminando informações acerca das ações governamentais, dos desafios inerentes à gestão pública e das práticas exitosas implementadas. Sob essa ótica, o podcast emerge como um instrumento de consolidação da imagem da Rede LideraGOV, enquanto referencial de liderança e inovação, bem como um catalisador do engajamento cívico em debates e discussões sobre temas caros ao setor público, servindo, ainda, como elo entre o conteúdo introdutório e as discussões aprofundadas veiculadas no canal do YouTube da Rede.

A delimitação do público-alvo perpassa tanto a sociedade civil, ávida por compreender o funcionamento da máquina pública, quanto os gestores públicos, em busca de atualização e inspiração em boas práticas. Os egressos do Programa LideraGOV, nesse ínterim, integram o público-alvo, assegurando a manutenção do vínculo com a Rede e o acesso a uma plataforma de aprendizado contínuo. Os temas, por sua vez, serão selecionados em consonância com os objetivos da Rede e as demandas identificadas, abrangendo áreas como inovação no setor

público, liderança e desenvolvimento, transparência e governo aberto, ética e integridade, diversidade e inclusão, inteligência artificial, orçamento público, finanças públicas e transformação digital. Cada tema será explorado, levando-se em conta a complexidade inerente e a necessidade de uma abordagem que equilibre profundidade analítica e clareza expositiva.

O formato do podcast, concebido para ser dinâmico e atrativo, contemplará quadros diversificados, como "Explicando", "Entrevista", "Caso de Sucesso", "Drops LideraGOV", "Dicionário da Gestão Pública", "Resumo da Semana" e "Perguntas e Respostas". Tal formatação visa manter o interesse do público, alternando entre explanações conceituais, diálogos com especialistas, e a apresentação de cases e curiosidades. A duração dos episódios, estipulada entre 20 e 40 minutos, e a periodicidade semanal, com possibilidade de edições extras, refletem um equilíbrio entre a necessidade de aprofundamento e a manutenção de uma presença constante e atualizada. A linguagem, por fim, será o fio condutor de uma comunicação clara, objetiva e acessível, enquanto a identidade sonora se apresenta como elemento distintivo do podcast.

Sob a égide da excelência, a produção do podcast será confiada à equipe de comunicação da Rede LideraGOV, podendo esta valer-se do apoio de especialistas externos. O rigor técnico se manifesta na seleção de equipamentos de alta qualidade e na adoção de uma metodologia de roteirização e edição que assegure a consistência e a relevância do conteúdo. A disponibilização do podcast nas principais plataformas de áudio, aliada a uma estratégia de divulgaçãometiculosamente planejada, sublinha o compromisso com a acessibilidade e o alcance ampliado. A integração com o YouTube, mediante a promoção de um diálogo entre os dois canais, potencializa a disseminação do conhecimento, permitindo que os ouvintes transitem entre o conteúdo introdutório do podcast e as análises aprofundadas dos vídeos.

O êxito do podcast, longe de ser uma conjectura, será aferido por meio de métricas criteriosamente selecionadas, como o número de downloads e audições, o tempo médio de escuta e o crescimento da base de ouvintes. Tais indicadores, aliados ao feedback do público e à interação nas redes sociais, compõem um painel avaliativo que norteará os ajustes e aprimoramentos necessários. A equipe de trabalho, multidisciplinar e especializada, assegurará a consecução dos objetivos propostos, desde a concepção e o planejamento até a execução e a avaliação do projeto. O cronograma, por sua vez, delinea as etapas de implementação, partindo do planejamento e da produção de episódios piloto, culminando na produção e publicação

contínua dos episódios. O orçamento, por fim, contempla os recursos necessários à viabilização do projeto, abrangendo desde a aquisição de equipamentos até a remuneração da equipe envolvida.

Em síntese, a implementação do podcast da Rede LideraGOV afigura-se como um empreendimento estratégico de magnitude considerável, projetado para consolidar a Rede como um epicentro de liderança e inovação no setor público. A concretização deste projeto, entretanto, transcende a mera execução de tarefas; ela exige um engajamento contínuo da equipe, uma produção de conteúdo que alie rigor e criatividade, e uma adaptabilidade às demandas e expectativas de um público em constante evolução. Ao integrar o podcast ao seu ecossistema comunicativo, em sinergia com o canal do YouTube e demais estratégias de comunicação, a Rede LideraGOV não apenas amplia seu alcance, mas também reafirma seu compromisso inabalável com a construção de uma administração pública mais transparente, eficiente e conectada com as necessidades da sociedade brasileira. A presente proposta, portanto, mais do que um plano de ação, é um convite à reflexão e ao engajamento em um projeto transformador, cujo impacto ressoará para além dos limites institucionais da Rede, contribuindo para o fortalecimento da democracia e a construção de um futuro mais promissor para o Brasil.

Dando continuidade à estratégia de fortalecimento da comunicação da Rede LideraGOV, e em complemento à iniciativa do podcast, a criação de um canal no YouTube surge como um passo subsequente e igualmente importante. Enquanto o podcast se destina a introduzir temas e dialogar com um público mais amplo, o canal no YouTube assumirá a função de aprofundar essas discussões, oferecendo um espaço para análises mais densas, entrevistas com especialistas renomados e a exploração minuciosa de tópicos complexos da administração pública. Este canal se diferenciará, portanto, pelo seu caráter mais especializado e pela ênfase em conteúdos que demandem e propiciem uma reflexão mais aprofundada, configurando-se como um ambiente propício ao debate qualificado e à geração de insights inovadores.

O canal no YouTube da Rede LideraGOV tem como objetivo primordial consolidar-se como uma referência na produção e disseminação de conhecimento aprofundado sobre gestão pública, complementando o trabalho iniciado pelo podcast e ampliando o alcance e o impacto da Rede. Nesse sentido, o canal se propõe a: **(a) Aprofundar Temas Relevantes:** Fornecer análises aprofundadas sobre temas introduzidos no podcast e outros assuntos pertinentes à administração

pública, indo além do escopo introdutório e explorando as nuances e complexidades de cada tópico; **(b) Promover o Debate Qualificado:** Criar um espaço para o debate qualificado entre gestores públicos, especialistas, acadêmicos e a sociedade civil, estimulando a troca de ideias e a construção coletiva do conhecimento; **(c) Disseminar Boas Práticas:** Divulgar iniciativas inovadoras e cases de sucesso na administração pública, servindo como fonte de inspiração e aprendizado para gestores públicos em todo o país; **(d) Fortalecer a Rede de Contatos:** Ampliar a rede de contatos da Rede LideraGOV, conectando profissionais, pesquisadores e cidadãos interessados em temas relacionados à gestão pública; e **(e) Ampliar o Alcance e o Impacto:** Aumentar a visibilidade da Rede LideraGOV e de suas ações, alcançando um público mais amplo e consolidando sua posição como referência em liderança e inovação no setor público.

O público-alvo do canal no YouTube, nesse contexto, é mais segmentado e especializado do que o do podcast. Ele é composto, em sua maioria, por: **(a) Gestores Públicos:** Servidores públicos em cargos de liderança e assessoramento, que buscam conhecimento aprofundado e insights para aprimorar sua atuação; **(b) Especialistas e Acadêmicos:** Pesquisadores, professores e profissionais com expertise em áreas relacionadas à administração pública, interessados em debates aprofundados e na produção de conhecimento científico; **(c) Egressos do Programa LideraGOV:** Ex-alunos do programa que buscam manter-se atualizados e conectados com a Rede; e **(d) Estudantes e Profissionais Interessados em Gestão Pública:** Indivíduos que buscam se especializar na área e aprofundar seus conhecimentos sobre o setor público.

No que tange ao conteúdo do canal, este será pautado pela diversidade e profundidade, abrangendo: **(a) Entrevistas Aprofundadas:** Conversas aprofundadas com especialistas, acadêmicos, gestores públicos e outros profissionais renomados, explorando suas experiências, pesquisas e perspectivas sobre temas relevantes para a administração pública. Espera-se que essas entrevistas sejam mais longas e detalhadas do que as realizadas no podcast, permitindo uma imersão completa nos temas abordados; **(b) Lives e Webinars:** Transmissões ao vivo de debates, palestras e workshops com a participação de especialistas, promovendo a interação em tempo real com o público e possibilitando a discussão de temas atuais e relevantes; **(c) Vídeos Explicativos:** Produção de vídeos didáticos e explicativos sobre temas complexos da administração pública, utilizando recursos visuais como animações, infográficos e dados estatísticos para facilitar a compreensão; **(d) Cobertura de Eventos:** Registro e divulgação de eventos relevantes para a

Rede LideraGOV, como seminários, congressos e encontros de gestores públicos, ampliando o acesso a esses eventos e permitindo que um público maior se beneficie do conhecimento compartilhado; **(e) Cases de Sucesso:** Apresentação detalhada de cases de sucesso e boas práticas na administração pública, com foco em lições aprendidas, resultados alcançados e fatores críticos de sucesso; e **(f) Depoimentos:** Espaço para que egressos do Programa LideraGOV compartilhem suas experiências e trajetórias, servindo como inspiração para outros profissionais e demonstrando o impacto do programa na formação de lideranças.

A integração entre o podcast e o YouTube será um elemento chave para o sucesso da estratégia de comunicação da Rede. Os episódios do podcast, ao introduzirem os temas de forma acessível, servirão como porta de entrada para os conteúdos mais aprofundados do YouTube. Haverá uma sinalização clara entre os dois canais, com links e chamadas para ação direcionando os ouvintes do podcast para os vídeos correspondentes no YouTube. Essa integração permitirá que a Rede ofereça uma experiência completa de aprendizado, atendendo tanto àqueles que buscam uma introdução aos temas quanto aos que desejam se aprofundar e se especializar.

Do ponto de vista operacional, a produção do canal no YouTube demandará uma estrutura dedicada, com profissionais especializados em produção audiovisual, edição de vídeo, e gestão de canais digitais. A identidade visual do canal, incluindo capa, thumbnails e vinhetas, será cuidadosamente desenvolvida para transmitir profissionalismo e alinhamento com a identidade da Rede LideraGOV. Além disso, a interação com o público será constantemente estimulada, seja por meio de comentários, enquetes ou da realização de lives interativas. O canal também se beneficiará de estratégias de SEO (Search Engine Optimization) para YouTube, otimizando a encontrabilidade dos vídeos e maximizando seu alcance orgânico.

Em termos de avaliação de desempenho, o canal no YouTube será monitorado por meio de métricas específicas, como o número de visualizações, o tempo médio de exibição, a taxa de retenção, o número de inscritos, o engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos) e a origem do tráfego. Essas métricas fornecerão insights sobre o desempenho do canal, permitindo ajustes na estratégia de conteúdo e na abordagem de produção. Ademais, a análise do perfil demográfico e dos interesses da audiência contribuirá para uma compreensão mais refinada do público, possibilitando a customização do conteúdo para melhor atender às suas expectativas e necessidades.

A implementação do canal no YouTube, em consonância com a estratégia do podcast, representa um avanço significativo na consolidação da Rede LideraGOV como um polo irradiador de conhecimento e inovação na administração pública. Ao adotar uma abordagem complementar entre os dois canais, a Rede não apenas amplia seu alcance, mas também enriquece a experiência de aprendizado oferecida aos seus membros e ao público em geral. A aposta em uma comunicação integrada, que transita fluidamente entre o introdutório e o aprofundado, o acessível e o especializado, reflete o compromisso da Rede LideraGOV com a excelência, a transparência e o desenvolvimento contínuo do setor público brasileiro. Este projeto, portanto, se insere num esforço mais amplo de construção de uma administração pública mais eficiente, conectada com as demandas da sociedade e capaz de responder aos desafios de um mundo em constante transformação.

Prosseguindo na construção de uma estratégia comunicacional coesa e sinérgica para a Rede LideraGOV, o terceiro ponto a sermeticulosamente delineado é a **integração entre o podcast e o canal no YouTube**. Esta integração configura-se como a espinha dorsal de um ecossistema de conteúdo que visa otimizar a disseminação de conhecimento e maximizar o engajamento do público. A premissa fundamental que norteia esta integração é a complementaridade: o podcast, com sua natureza acessível e formato propício à introdução de temas, atuará como um portal de entrada para o universo de conteúdos mais densos e aprofundados disponibilizados no YouTube.

A integração entre os dois canais será operacionalizada por meio de um conjunto de estratégias interconectadas. Primeiramente, os episódios do podcast estabelecerão uma **conexão direta** com os vídeos do YouTube, por meio de links inseridos nas descrições dos episódios e de menções claras, feitas pelos apresentadores, aos conteúdos complementares disponíveis no canal. Esta prática não apenas facilitará a transição do ouvinte para um aprofundamento temático, mas também reforçará a percepção do podcast e do YouTube como partes integrantes de um mesmo projeto comunicacional. Além disso, os episódios do podcast serão estruturados de forma a **introduzir os temas de maneira didática e instigante**, suscitando a curiosidade do ouvinte e incentivando-o a buscar informações mais detalhadas nos vídeos do YouTube. Esta abordagem pedagógica, que transita do geral para o específico, do introdutório para o complexo, visa

capturar a atenção de um público amplo e, simultaneamente, nutrir o interesse daqueles que almejam um conhecimento mais aprofundado.

Outro pilar desta integração reside nas **chamadas para ação (CTAs)** estrategicamente inseridas ao final de cada episódio do podcast. Estas CTAs, longe de serem meros lembretes, serão convites persuasivos para que os ouvintes se engajem com o conteúdo do YouTube, seja inscrevendo-se no canal, assistindo a um vídeo específico ou participando de uma live programada. A ideia é criar um fluxo contínuo de audiência entre os dois canais, transformando ouvintes em espectadores e vice-versa, e solidificando a percepção de que ambos são extensões de uma mesma plataforma de conhecimento. Ademais, a **divulgação cruzada** entre podcast e YouTube será uma constante, com cada canal promovendo o outro organicamente, reforçando a interdependência e a complementaridade entre eles. O podcast, por exemplo, poderá anunciar a publicação de um novo vídeo no YouTube, enquanto o canal poderá recomendar a audição de episódios específicos do podcast que abordem temas correlatos.

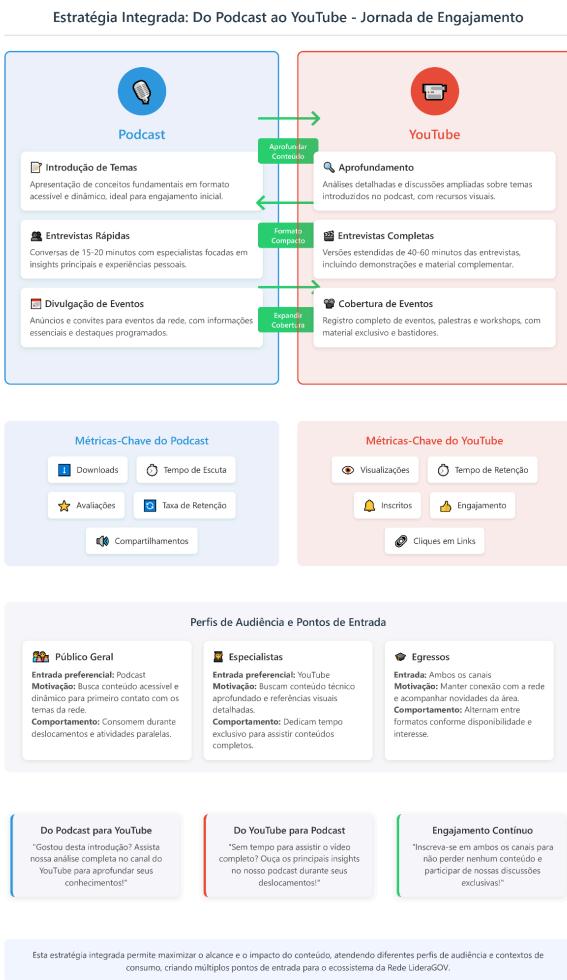
A integração entre podcast e YouTube, entretanto, vai além da promoção recíproca. Ela se fundamenta numa **concepção integrada de conteúdo**, onde cada plataforma desempenha um papel específico, mas complementar, na disseminação do conhecimento. O podcast, com seu formato mais informal e acessível, é ideal para a apresentação de conceitos, a contextualização de temas e a geração de interesse inicial. O YouTube, por sua vez, com sua capacidade de suportar vídeos mais longos e detalhados, se presta ao aprofundamento, à análise minuciosa e ao debate qualificado. Essa divisão de papéis, entretanto, não implica em uma separação estanque. Pelo contrário, a integração entre os canais permitirá a criação de **jornadas de aprendizado**, onde o ouvinte/espectador pode navegar entre o conteúdo introdutório e o aprofundado, construindo seu conhecimento de forma gradual e personalizada.

A eficácia desta integração será monitorada por meio de **métricas específicas**, como a taxa de conversão de ouvintes do podcast em espectadores do YouTube, o tempo médio de visualização dos vídeos acessados a partir do podcast e o engajamento gerado nos comentários e nas redes sociais. Estes dados, analisados em conjunto com as métricas individuais de cada canal, fornecerão um panorama completo do desempenho da estratégia de comunicação integrada, permitindo ajustes e aprimoramentos contínuos. Em última análise, a integração entre o podcast e o YouTube visa consolidar a Rede LideraGOV como um ecossistema de aprendizagem dinâmico

e interconectado, onde o conhecimento flui livremente entre diferentes plataformas e formatos, atendendo às necessidades e preferências de um público diverso, mas unido pelo interesse comum na excelência da administração pública. Esta sinergia entre os dois canais, portanto, torna-se um pilar fundamental na construção de uma comunidade de prática vibrante, engajada e comprometida com a transformação do setor público brasileiro.

Infográfico 05: Estratégia Integrada

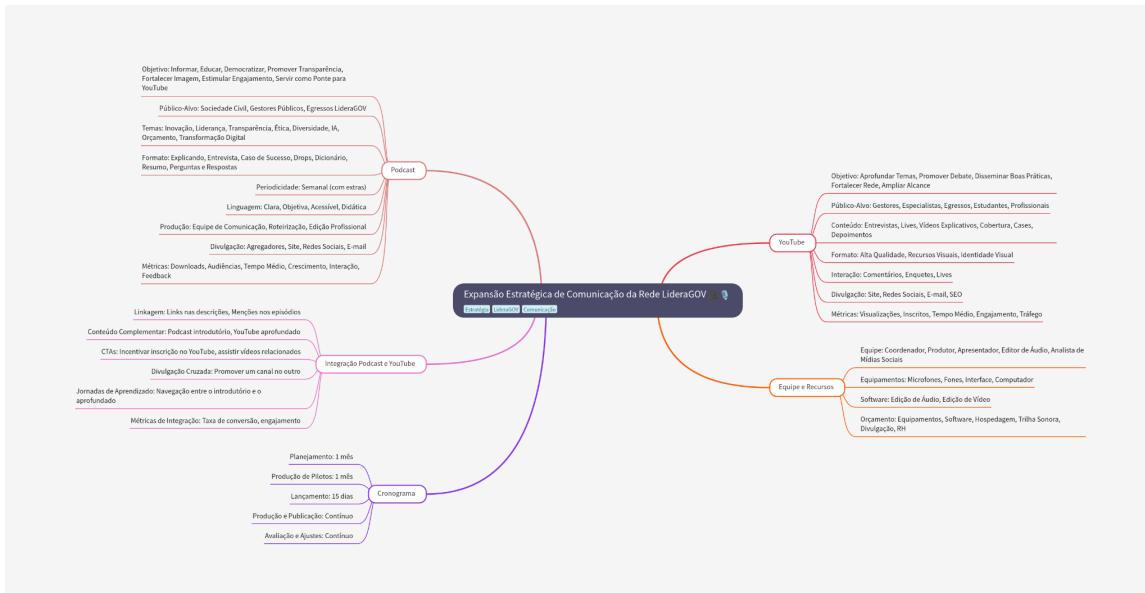
[Clique aqui para representação gráfica web](#)



Fonte: elaborado pelo autor

Figura 03: Mapa mental representativo dos canais de comunicação

[Clique aqui para figura na Web](#)



Fonte: Elaborado pelo autor

Referências

- KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing Management*. 15. ed. Upper Saddle River: Pearson, 2016.
- KRUG, S. *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. 3. ed. San Francisco: New Riders, 2014.
- NORMAN, D. A. *The Design of Everyday Things*. Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013.
- PATTON, M. Q. *Utilization-Focused Evaluation*. 4. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2008.
- WENGER, E. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

6. METODOLOGIA

A presente metodologia fundamenta-se em uma abordagem qualitativa e quantitativa, projetada para desenvolver um Plano de Comunicação Estratégico voltado ao fortalecimento de redes colaborativas no setor público. O desafio central está na integração de diferentes áreas do conhecimento – como Ciências Gerenciais, Comunicação e Relações Públicas – em um contexto

que exige inovação, engajamento e uma abordagem adaptativa. Para esse fim, foi adotado o TEvEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas) como ferramenta metodológica central, reconhecida por sua capacidade de estruturar processos dinâmicos e colaborativos em redes não lineares (Shana, 2019; Resende, 2022).

O TEvEP oferece uma estrutura analítica que conecta planejamento estratégico à construção de narrativas comunicacionais, promovendo uma visão sistêmica das interações entre indivíduos e contextos organizacionais. Essa escolha metodológica possibilita não apenas a compreensão das necessidades da rede, mas também a operacionalização de estratégias de comunicação que respondam aos desafios específicos de um ambiente colaborativo e digital (Shana, 2019).

A metodologia aplicada visa integrar dados empíricos e análises teóricas, combinando evidências quantitativas e qualitativas para embasar decisões estratégicas no plano de comunicação. O foco do estudo recai sobre a análise das necessidades comunicacionais da Rede e a formulação de estratégias que atendam às expectativas dos membros, considerando fatores como liderança, engajamento e participação ativa. A problemática central orienta-se na busca por soluções comunicacionais que fortaleçam a identidade e a coesão da Rede, articulando interesses individuais e objetivos coletivos.

A escolha por uma abordagem interdisciplinar reflete o reconhecimento de que a comunicação, enquanto campo de estudo e prática, opera na interseção entre diferentes saberes. Essa interseção enriquece as possibilidades de interpretação e intervenção, ao mesmo tempo que amplia a relevância estratégica do plano. A adoção do TEvEP como ferramenta metodológica reforça essa interdisciplinaridade, integrando conceitos como utilidade, relevância e inovação em um modelo que combina planejamento estratégico e comunicação organizacional (Shana, 2019; Resende, 2022).

A fundamentação teórica desta metodologia está ancorada na interdisciplinaridade do campo da comunicação estratégica, que integra elementos das Ciências Gerenciais, da Comunicação e das Relações Públicas. A escolha metodológica pelo TEvEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas) como ferramenta central deve-se à sua flexibilidade e eficácia na gestão de processos comunicacionais em redes colaborativas. Essa metodologia combina planejamento

estratégico e comunicação organizacional, permitindo que soluções comunicacionais sejam estruturadas de forma adaptativa e inovadora (Shana, 2019; Resende, 2022).

O TEvEP, originalmente concebido para atender às demandas de contextos dinâmicos e não lineares, apresenta sete fundamentos que orientam sua aplicação: utilidade, inerência, expectativa, inovação, logística, complexidade e relevância. Esses fundamentos fornecem um arcabouço teórico para analisar e estruturar as ações comunicacionais, garantindo que o plano seja construído com base em um raciocínio lógico e estratégico (Shana, 2019). Cada fundamento opera como uma lente analítica, permitindo identificar pontos críticos e priorizar ações alinhadas aos objetivos da Rede.

A adoção do TEvEP também reflete a necessidade de abordar as especificidades de redes figitais, nas quais interações presenciais e digitais coexistem e demandam estratégias de comunicação integradas. De acordo com Resende (2022), a comunicação em redes colaborativas exige um equilíbrio entre a inovação tecnológica e a humanização das interações, o que torna o TEvEP uma escolha metodológica particularmente adequada.

Nesse contexto, a interdisciplinaridade do TEvEP promove a integração de saberes e práticas que vão além do campo da comunicação, incorporando elementos de planejamento estratégico e gestão organizacional. Isso é especialmente relevante no contexto da Rede, onde a comunicação atua como um catalisador para o engajamento, a liderança e a construção de vínculos entre os membros. Nesse sentido, o TEvEP não apenas organiza e estrutura o plano de comunicação, mas também orienta suas decisões estratégicas com base em evidências empíricas e teóricas (Shana, 2019; Resende, 2022).

A escolha metodológica também está fundamentada em uma visão crítica da comunicação organizacional, que reconhece a necessidade de transcender abordagens meramente operacionais e buscar estratégias que promovam coesão e identidade na Rede. A integração do TEvEP ao contexto da Rede não se limita à resolução de problemas imediatos, mas busca construir uma visão de longo prazo que fortaleça a Rede como uma estrutura colaborativa e sustentável.

A fundamentação teórica do TEvEP e sua escolha como metodologia central estabelecem as bases para o desenvolvimento do Plano de Comunicação. A aplicação prática

desses conceitos será detalhada na próxima seção, onde as etapas metodológicas serão exploradas, enfatizando como os fundamentos teóricos se traduzem em ações concretas.

O desenvolvimento do Plano de Comunicação para a Rede segue um conjunto de etapas metodológicas, cuidadosamente delineadas para garantir a coerência entre teoria e prática. Cada etapa reflete a aplicação dos fundamentos do TEvEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas), permitindo uma abordagem estruturada e adaptável às especificidades da Rede. A metodologia prioriza tanto a análise empírica quanto a integração de conceitos estratégicos, assegurando que o plano seja construído de maneira colaborativa e orientada para resultados (Shana, 2019; Resende, 2022).

A primeira etapa, denominada análise diagnóstica, tem como objetivo compreender as necessidades e os desafios comunicacionais da Rede. Por meio da aplicação estruturada das perguntas elementares do TEvEP, como “Para quê?”, “O que não pode faltar?” e “Quais são as expectativas?”, são identificados os principais atores, recursos e lacunas estratégicas. Essa análise é embasada em dados extraídos do relatório “Diagnóstico da Rede”, complementados por informações coletadas em entrevistas, grupos focais e reuniões com stakeholders. A triangulação de dados, fundamental nessa etapa, permite capturar diferentes perspectivas e construir uma visão ampla e fundamentada do contexto da Rede (Resende, 2024).

A etapa seguinte, o desenvolvimento do plano de comunicação, estrutura-se com base nos sete fundamentos do TEvEP. Utilidade, inerência e relevância são aplicados para definir objetivos estratégicos que dialoguem com as demandas da Rede, enquanto inovação e logística orientam a escolha de estratégias criativas e viáveis. Nessa fase, são estabelecidos objetivos SMART (específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e temporais) e elaborados cronogramas e ações comunicacionais que considerem tanto os canais digitais quanto as interações presenciais. A integração dos dados da análise diagnóstica assegura que o plano reflita as expectativas dos membros e atenda às necessidades identificadas (Shana, 2019; Resende, 2022).

Após a formulação, o plano segue para a validação, etapa crucial para assegurar sua coerência e viabilidade. O documento é apresentado a gestores e representantes da Rede, que fornecem feedbacks e sugestões para ajustes. A metodologia do TEvEP é novamente aplicada para avaliar a consistência das estratégias propostas e garantir que o plano esteja alinhado às

expectativas e aos objetivos da Rede. Essa etapa participativa não apenas aprimora o plano, mas também promove o engajamento dos stakeholders no processo de construção (Shana, 2019).

Nessa perspectiva, propõe-se a realização de um workshop de capacitação, com o objetivo de ampliar o conhecimento prático dos gestores da Rede sobre o TEvEP. Com duração de três horas, realizado em formato virtual e limitado a 12 participantes, o workshop aborda os fundamentos do TEvEP, as perguntas elementares e o uso de ferramentas visuais, como a Flor de Energia e a Estrela de Informação. Outro fator relevante é que atividades práticas e simulações permitem que os participantes internalizem os conceitos e explorem suas aplicações em cenários reais da Rede (Resende, 2022). Essa capacitação, embora opcional, representa uma oportunidade estratégica para consolidar o uso do TEvEP como uma prática institucional e promover maior autonomia na gestão comunicacional.

Essas etapas refletem a integração entre teoria e prática, característica central do TEvEP, e asseguram que o Plano de Comunicação seja desenvolvido de forma colaborativa, inovadora e orientada para resultados. O processo de coleta e análise de dados para a elaboração do Plano de Comunicação da Rede foi realizado ao longo da primeira etapa do trabalho e encontra-se detalhado no relatório referente ao produto 01 do presente contrato. Diante desse cenário, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com stakeholders-chave, como gestores e participantes ativos da Rede, para obter uma perspectiva estratégica sobre os desafios e oportunidades comunicacionais. Essas entrevistas foram conduzidas com base em um roteiro alinhado aos fundamentos do TEvEP, com foco na utilidade e relevância das ações de comunicação para o engajamento digital da Rede. A triangulação foi ainda complementada por reuniões regulares com a equipe gestora do programa, permitindo acompanhar o andamento do projeto e ajustar as estratégias metodológicas conforme necessário.

O processo de análise de dados seguiu uma abordagem indutiva e integrada, na qual as informações coletadas foram organizadas em categorias analíticas baseadas nos fundamentos do TEvEP. Essas categorias orientaram a identificação de padrões e insights relevantes para a construção do plano, como a priorização de canais digitais, o desenvolvimento de narrativas estratégicas e a promoção de ações que reforcem a coesão da Rede.

A integração de dados quantitativos e qualitativos permitiu uma análise abrangente e multifacetada, refletindo as complexidades inerentes ao contexto da Rede. Essa abordagem

garante que o Plano de Comunicação seja não apenas funcional, mas também alinhado às expectativas e às necessidades identificadas ao longo do processo. A solidez desse processo de coleta e análise de dados será refletida nas recomendações e estratégias propostas no plano, destacando a relevância do TEvEP como metodologia central de organização lógica e pensamento sistêmico.

6.1 O TEVEP: breve introdução

A metodologia proposta, fundamentada no TEvEP (Tempo, Evento, Espaço e Pessoas), destaca-se como uma solução estratégica e inovadora para a construção do Plano de Comunicação da Rede. Sua flexibilidade e capacidade de adaptação permitem que seja aplicada com sucesso em contextos complexos e colaborativos, como o das redes figitais, onde as interações presenciais e digitais precisam coexistir de forma harmônica e integrada (Shana, 2019; Resende, 2022).

Uma das principais forças do TEvEP é sua abordagem interdisciplinar, que conecta conceitos de planejamento estratégico às práticas de comunicação e gestão organizacional. Seus sete fundamentos – utilidade, inerência, expectativa, inovação, logística, complexidade e relevância – fornecem um arcabouço analítico bem fundamentado para a formulação de estratégias comunicacionais eficazes. Essa estrutura não apenas organiza o processo, mas também garante que cada decisão seja orientada por objetivos claros e mensuráveis, alinhados às demandas e expectativas dos membros da Rede (Shana, 2019).

A aplicação prática do TEvEP nesta metodologia demonstra sua capacidade de promover engajamento, coesão e inovação. Ao estruturar o Plano de Comunicação com base em dados triangulados – incluindo surveys, grupos focais e entrevistas – e ao aplicar ferramentas participativas, como workshops, o TEvEP reforça o protagonismo dos stakeholders no processo. Isso não apenas assegura a aderência do plano às necessidades reais da Rede, mas também fortalece sua identidade colaborativa e seu potencial de crescimento sustentável (Resende, 2022).

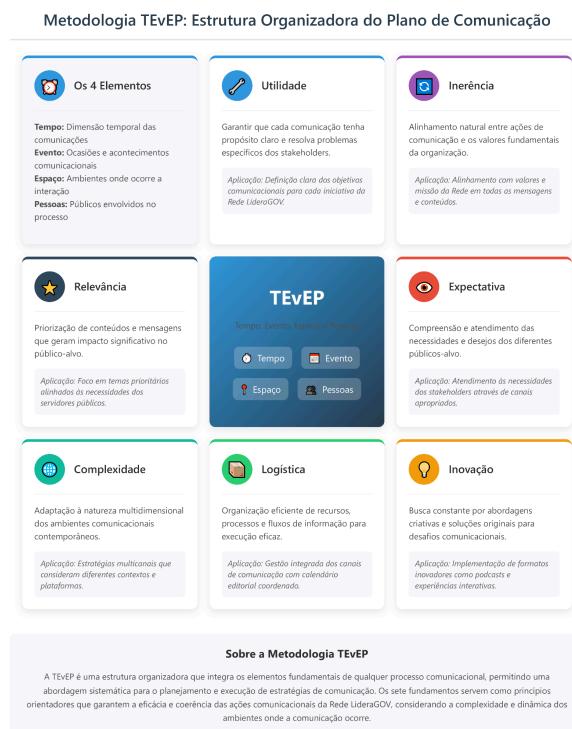
Nessa perspectiva, o TEvEP supera os desafios comunicacionais contemporâneos ao integrar estratégias figitais, respondendo às demandas por soluções inovadoras e engajamento ativo. Sua abordagem sistêmica possibilita a criação de narrativas consistentes e estratégias eficazes, promovendo uma comunicação transparente e orientada para resultados. Essa

capacidade de adaptação é um diferencial crucial, que posiciona o TEvEP como uma ferramenta de excelência para redes que buscam consolidar sua relevância em um ambiente cada vez mais dinâmico e interconectado.

Ao longo do trabalho de elaboração do plano de comunicação para a Rede LideraGOV, a escolha do TEvEP se revelou uma decisão estratégica e plenamente alinhada aos objetivos do Plano de Comunicação. Sua aplicação garante um equilíbrio entre rigor analítico e flexibilidade prática, promovendo uma abordagem que transcende a mera funcionalidade e contribui para a construção de uma visão de longo prazo para a Rede. Em conclusão, o TEvEP não apenas atende às exigências do contexto, como também se posiciona como um catalisador de inovação e transformação, oferecendo soluções práticas e estratégicas que fortalecem a Rede e promovem seu desenvolvimento sustentável.

Infográfico 06: Diagrama TEvEP

[Clique aqui para representação gráfica web](#)



Fonte: elaborado pelo autor

7. ANÁLISE DE RISCOS

A implementação eficaz de um plano de comunicação requer não apenas a definição clara de objetivos e ações, mas também uma avaliação criteriosa dos riscos que podem comprometer sua execução e seus resultados. Nesse contexto, a aplicação da Matriz SWOT – estruturada nas dimensões de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças – oferece um arcabouço metodológico para identificar, categorizar e antecipar desafios, permitindo a formulação de estratégias proativas de mitigação.

Ao integrar essa abordagem analítica, torna-se possível não apenas mapear os fatores internos e externos que influenciam o desempenho do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, mas também estruturar respostas estratégicas alinhadas à maximização de potencialidades e à neutralização de riscos críticos. A identificação das **Forças** permite capitalizar elementos que conferem vantagem competitiva à iniciativa, enquanto a análise das **Fraquezas** expõe fragilidades estruturais que demandam correções ou adaptações. Simultaneamente, as **Oportunidades** revelam contextos favoráveis à ampliação do impacto do plano, enquanto as **Ameaças** sinalizam fatores externos que podem comprometer sua implementação.

Essa estruturação favorece não apenas uma compreensão aprofundada do cenário, mas também a concepção de um plano de comunicação mais resiliente e adaptável. A interdependência entre os quadrantes da Matriz SWOT ressalta a necessidade de uma visão estratégica integrada, na qual a antecipação de riscos e a formulação de respostas assertivas se tornam eixos centrais da tomada de decisão.

Dessa forma, a aplicação dessa análise não se limita à identificação de desafios, mas se configura como um instrumento dinâmico para a construção de um plano de comunicação sólido, fundamentado em princípios de planejamento estratégico e gestão de riscos. O sucesso da Rede LideraGOV, nesse sentido, dependerá da capacidade de transformar vulnerabilidades em aprendizados, ameaças em oportunidades e, sobretudo, de operar com flexibilidade e inteligência frente a um ambiente comunicacional em constante evolução.

7.1 Matriz SWOT – análise de riscos do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV

A análise estratégica de riscos é um componente essencial para a implementação bem-sucedida do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV. Ao aplicar a Matriz SWOT, é possível organizar os riscos e oportunidades em um quadro estruturado que permite identificar pontos de alavancagem e vulnerabilidades. Essa abordagem possibilita a formulação de estratégias mais eficazes, garantindo a resiliência e a adaptabilidade do plano frente a desafios internos e externos.

1. Forças (Strengths) – Recursos Internos que Mitigam Riscos

As forças representam os ativos internos que conferem solidez ao plano de comunicação, reduzindo riscos e potencializando sua execução.

Equipe de Comunicação Qualificada – A presença de profissionais especializados em diversas áreas da comunicação (estratégia, mídias sociais, produção de conteúdo, design) fortalece a capacidade de implementação, mitigando riscos relacionados à ineficácia das mensagens e à execução inadequada das ações.

Conhecimento Profundo da Rede – A familiaridade da equipe com os objetivos, membros e desafios da Rede LideraGOV reduz o risco de desalinhamento entre a comunicação planejada e as reais necessidades do público-alvo.

Apoio Institucional – O suporte do Ministério da Gestão e da Inovação (MGI) e da ENAP confere legitimidade e viabiliza recursos essenciais, diminuindo o risco de descontinuidade e falta de respaldo institucional.

Metodologia Sólida (TEvEP) – A adoção de uma metodologia estruturada e comprovada para a gestão de redes colaborativas reduz o risco de planejamento inadequado e ausência de direcionamento estratégico.

Base de Conhecimento Existente – A disponibilidade de relatórios e diagnósticos prévios evita que o planejamento se inicie sem referências concretas, reduzindo o risco de decisões baseadas em suposições frágeis.

2. Fraquezas (Weaknesses) – Vulnerabilidades Internas que Exacerbam Riscos

As fraquezas evidenciam fatores internos que podem comprometer a execução do plano e, portanto, demandam estratégias de mitigação.

Recursos Financeiros Limitados – A restrição orçamentária impacta o acesso a ferramentas tecnológicas avançadas, produção de conteúdo multimídia e contratação de equipe dedicada, elevando o risco de implementação fragmentada ou de qualidade inferior.

Dependência de Plataformas Externas – O uso de ferramentas como WhatsApp e LinkedIn pode comprometer a centralização da comunicação e o controle de dados, resultando em fragmentação e dificuldade na consolidação da identidade da Rede.

Resistência à Mudança – A adoção de novas abordagens e tecnologias pode encontrar resistência entre os membros da Rede, comprometendo a adesão e reduzindo o impacto das estratégias de comunicação.

Capacidade de Adaptação da Equipe – A necessidade de atualização contínua sobre tendências e inovações em comunicação impõe o risco de obsolescência das estratégias caso não haja acompanhamento proativo dessas mudanças.

Sobrecarga da Equipe – A alocação simultânea da equipe de comunicação em múltiplas demandas pode resultar em falta de dedicação integral ao plano, aumentando o risco de atrasos e execução superficial.

3. Oportunidades (Opportunities) – Fatores Externos que Reduzem Riscos ou Criam Novas Possibilidades

As oportunidades representam fatores externos favoráveis que, quando bem aproveitados, podem fortalecer o plano de comunicação e ampliar seu impacto.

Avanços Tecnológicos – O surgimento contínuo de novas plataformas e ferramentas digitais permite otimizar a infraestrutura tecnológica e reduzir custos, aumentando a eficiência da comunicação.

Interesse Crescente em Liderança Pública – O fortalecimento do debate sobre liderança no setor público cria um contexto propício para ampliar o alcance e a relevância da Rede LideraGOV.

Parcerias Estratégicas – A colaboração com outras instituições, especialistas em comunicação e empresas de tecnologia pode viabilizar acesso a novos recursos e expertise, ampliando a capacidade de execução do plano.

Demandas por Transparência e Governança – A crescente exigência da sociedade por práticas transparentes e éticas no setor público oferece uma oportunidade para a Rede se posicionar como referência em comunicação institucional transparente e acessível.

Disponibilidade de Cases e Boas Práticas – O acesso a experiências bem-sucedidas de comunicação em redes colaborativas possibilita a incorporação de estratégias já testadas, reduzindo a necessidade de experimentação e aumentando a eficácia das ações.

4. Ameaças (Threats) – Fatores Externos que Aumentam os Riscos

As ameaças representam desafios externos que podem comprometer a execução do plano e, portanto, requerem estratégias de monitoramento e resposta.

Rápida Evolução Tecnológica – A velocidade das mudanças em plataformas e tendências digitais impõe o risco de investimentos se tornarem obsoletos rapidamente, exigindo constante adaptação.

Saturação de Informação e Canais Digitais – O excesso de conteúdo e a fragmentação da atenção do público-alvo podem dificultar o engajamento e a efetividade das mensagens da Rede.

Críticas e Desinformação – A exposição pública da Rede pode torná-la alvo de críticas ou ataques baseados em informações falsas, ameaçando sua reputação e credibilidade.

Eventos Imprevistos (Crises, Pandemias) – Ocorrências inesperadas podem desviar recursos e exigir replanejamento urgente, comprometendo a continuidade das ações planejadas.

Infográfico 07: representação da análise de riscos com Matriz Swot

[Clique aqui para representação gráfica web](#)

Análise SWOT da Rede LideraGOV: Panorama Estratégico

A análise SWOT identifica fatores internos (Forças e Fraquezas) e externos (Oportunidades e Ameaças) que influenciam o sucesso do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, permitindo uma abordagem estratégica e integrada para maximizar potencialidades e mitigar riscos.



Fonte: elaborado pelo autor

7.2 Análise de Riscos Prioritários:

A análise de riscos do Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, fundamentada na Matriz SWOT, permite a identificação de desafios prioritários que podem comprometer sua implementação e eficácia. Entre os principais riscos a serem mitigados, destacam-se as limitações financeiras, a dependência tecnológica, as dificuldades de engajamento e a vulnerabilidade reputacional, todos exigindo estratégias específicas para garantir a resiliência do plano.

A restrição orçamentária representa um dos desafios centrais, pois pode comprometer a qualidade e a abrangência das iniciativas de comunicação. Com recursos financeiros limitados, há um risco concreto de implementação fragmentada, incapaz de explorar plenamente as oportunidades estratégicas da Rede. Para enfrentar essa limitação, torna-se essencial adotar uma abordagem de priorização de ações, concentrando esforços em iniciativas de maior impacto e menor custo, além de buscar parcerias estratégicas que ampliem o acesso a recursos, expertise técnica e infraestrutura tecnológica sem gerar novos encargos financeiros significativos.

Outro fator crítico é a dependência de plataformas externas para a comunicação e gestão da Rede. O uso de ferramentas como WhatsApp e LinkedIn impõe desafios relacionados à fragmentação da comunicação, perda de controle sobre dados e limitações na personalização da experiência do usuário. Além disso, a rápida evolução das tecnologias digitais pode tornar determinadas estratégias obsoletas em curto prazo, exigindo constante adaptação e, potencialmente, novos investimentos. Para mitigar esse risco, uma solução viável é o desenvolvimento de uma plataforma digital própria, que centralize a comunicação, ofereça maior controle sobre o ambiente interativo da Rede e reduza a vulnerabilidade às mudanças externas.

O engajamento dos membros também surge como um risco central, especialmente diante da resistência à adoção de novas ferramentas e abordagens comunicacionais. Em um ambiente digital saturado, manter a atenção do público e incentivar a participação ativa exige mais do que a disponibilização de canais de comunicação – requer uma estratégia que envolva os membros da Rede de forma transparente e participativa. Para minimizar essa dificuldade, é essencial adotar um modelo de comunicação que valorize o envolvimento direto dos participantes no processo de implantação, utilizando consultas públicas, testes-piloto e canais contínuos de feedback. Esse

processo contribui para a aceitação das novas estratégias e aumenta a adesão às iniciativas de comunicação.

A exposição pública da Rede LideraGOV também torna suscetível a críticas e à disseminação de informações imprecisas ou descontextualizadas, representando um risco reputacional significativo. A ausência de um plano estruturado para lidar com essas situações pode comprometer sua credibilidade e prejudicar sua capacidade de engajamento e articulação institucional. Para mitigar esse risco, torna-se indispensável a implementação de uma estratégia de gestão de crises, que inclua protocolos para monitoramento da percepção pública, respostas rápidas a eventuais ataques e ações proativas de fortalecimento da imagem institucional. A transparência e a assertividade na comunicação são elementos centrais para garantir que a Rede possa enfrentar desafios reputacionais sem comprometer sua autoridade e legitimidade.

A complexidade do cenário no qual a Rede LideraGOV opera exige que seu Plano de Comunicação não apenas reconheça esses riscos, mas também adote mecanismos dinâmicos para monitoramento contínuo e adaptação ágil. A implementação de indicadores de desempenho e análises sistemáticas do impacto das iniciativas permitirá ajustes estratégicos conforme novas demandas e desafios emergirem. Dessa forma, a Rede não apenas mitiga os riscos identificados, mas também se fortalece em um ambiente de constante transformação, garantindo que sua comunicação permaneça eficaz, sustentável e alinhada aos seus objetivos estratégicos.

7.3 Matriz de Probabilidade x Impacto para o Plano de Comunicação da Rede LideraGOV

A Matriz de Probabilidade x Impacto é um instrumento metodológico essencial para a gestão de riscos no Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, permitindo uma avaliação sistemática dos desafios potenciais com base em sua probabilidade de ocorrência e na gravidade de suas consequências. Essa abordagem possibilita a priorização de riscos, garantindo que os mais críticos sejam abordados com estratégias de mitigação adequadas e tempestivas.

A primeira dimensão de análise é a **probabilidade de ocorrência**, que mede o quanto provável é que um determinado risco se concretize. Essa avaliação é categorizada em três níveis: **baixa**, quando o evento é pouco provável de ocorrer; **média**, quando há uma possibilidade

razoável de que aconteça; e **alta**, quando existe uma grande probabilidade de materialização do risco. Essa classificação é fundamental para diferenciar riscos eventuais daqueles que possuem um caráter mais iminente e recorrente.

A segunda dimensão corresponde ao **impacto**, ou seja, a severidade das consequências caso o risco se concretize. Da mesma forma, essa variável é classificada em três níveis: **baixo**, quando o impacto é mínimo ou facilmente contornável; **médio**, quando as consequências são significativas, mas passíveis de gestão com medidas corretivas; e **alto**, quando o impacto pode comprometer seriamente a execução e o sucesso do plano. Essa categorização possibilita a identificação dos riscos que, mesmo que tenham uma baixa probabilidade de ocorrência, exigem atenção especial devido ao seu potencial disruptivo.

O principal objetivo da Matriz de Probabilidade x Impacto é fornecer uma hierarquia clara dos riscos, permitindo que os recursos e esforços sejam direcionados de forma eficiente para os desafios mais críticos. Riscos classificados com **alta probabilidade e alto impacto** representam as ameaças mais urgentes e exigem respostas imediatas e estratégias de mitigação robustas. Aqueles com **baixa probabilidade e baixo impacto**, por outro lado, podem ser monitorados com menor prioridade, sem comprometer a integridade do plano.

A aplicação dessa matriz no contexto da Rede LideraGOV garante uma abordagem estratégica e proativa para a gestão de riscos, prevenindo que desafios previsíveis comprometam a implementação das ações planejadas. Dessa forma, a Rede se fortalece ao adotar um modelo de comunicação fundamentado não apenas na execução de ações, mas também na capacidade de antecipar e responder a incertezas com agilidade e precisão.

Quadro 02: matriz de probabilidade x impacto

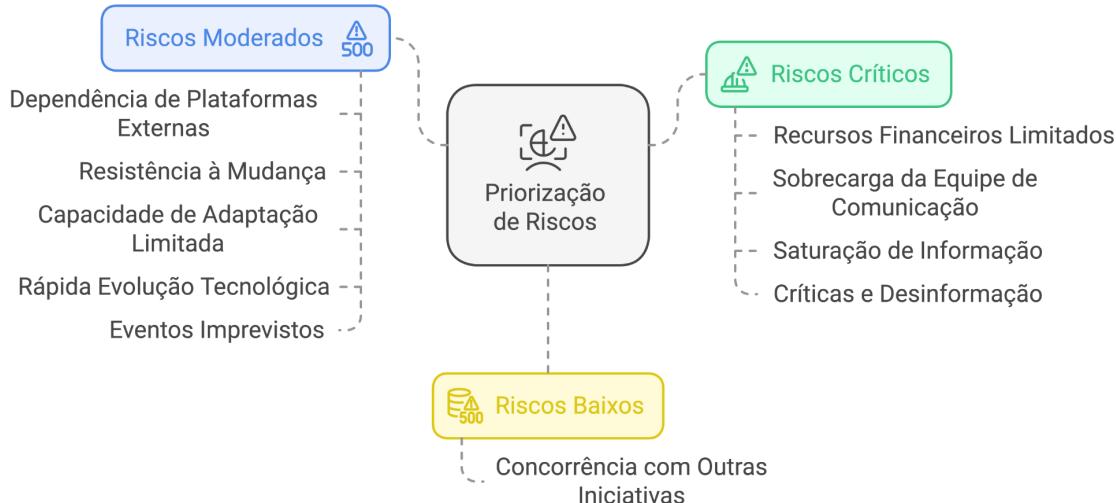
Risco Identificado (Análise SWOT)	Probabilidade de Ocorrência	Impacto (Caso Ocorra)	Nível de Risco (Prioridade)
Recursos Financeiros Limitados	Alta	Alto	Crítico (Alta Prioridade)
Dependência de Plataformas Externas (atual)	Média	Médio	Moderado (Média Prioridade)
Resistência à Mudança dos Membros	Média	Médio	Moderado (Média Prioridade)

Risco Identificado (Análise SWOT)	Probabilidade de Ocorrência	Impacto (Caso Ocorra)	Nível de Risco (Prioridade)
Recursos Financeiros Limitados	Alta	Alto	Crítico (Alta Prioridade)
Capacidade de Adaptação Limitada da Equipe	Média	Médio	Moderado (Média Prioridade)
Sobrecarga da Equipe de Comunicação	Alta	Médio	Alta (Alta Prioridade)
Rápida Evolução Tecnológica (Obsolescência)	Média	Médio	Moderado (Média Prioridade)
Saturação de Informação e Canais Digitais (Baixa Atenção)	Alta	Médio	Alta (Alta Prioridade)
Críticas e Desinformação (Danos à Reputação)	Média	Alto	Alta (Alta Prioridade)
Eventos Imprevistos (Crises, Pandemias)	Baixa	Alto	Moderado (Média Prioridade)

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 04: representação gráfica da análise de riscos

Priorização de Riscos: Estratégias e Impactos



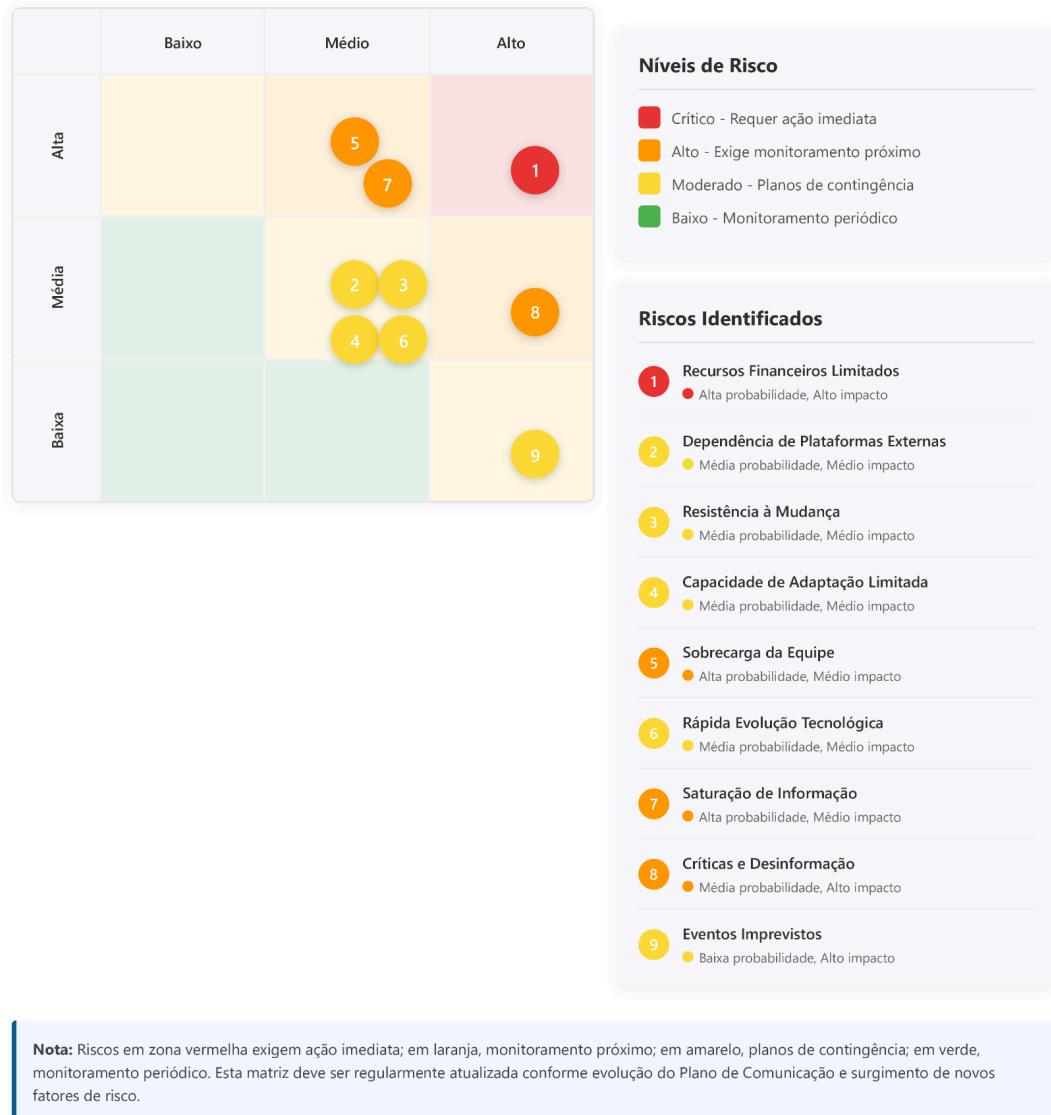
Fonte: elaborado pelo autor

Infográfico 08: Matriz de priorização de riscos

[Clique aqui para representação gráfica web](#)

Matriz de Priorização de Riscos: Probabilidade x Impacto

Esta matriz avalia os potenciais riscos ao Plano de Comunicação da Rede LideraGOV, categorizando-os de acordo com sua probabilidade de ocorrência e o impacto potencial sobre o sucesso do plano, permitindo priorizar estratégias de mitigação.



Fonte: elaborado pelo autor

8. PLANO DE AÇÃO: cronograma de implantação

A implementação da Rede LideraGOV exige uma estruturação sistemática que contemple aspectos estratégicos e operacionais. Este plano de ação detalha as etapas, responsáveis, prazos e objetivos, considerando teorias de planejamento estratégico (Mintzberg, 1994) e gestão de mudanças (Kotter, 1996).

8.1 Régua Única do Tempo: Estruturando o Cronograma

O cronograma apresenta um fluxo sequencial de atividades, iniciado com um diagnóstico situacional e culminando na consolidação e expansão da Rede. Este modelo assegura que cada etapa contribua para os objetivos globais, em linha com práticas de governança pública (Osborne & Gaebler, 1992).

Quadro 03: Etapa 1 - **Diagnóstico Inicial e Planejamento Estratégico (Janeiro a Fevereiro)**

Etapa 1	Diagnóstico Inicial e Planejamento Estratégico (Janeiro a Fevereiro)
Ação	Conduzir um diagnóstico detalhado das necessidades e expectativas dos stakeholders.
Descrição	Inclui reuniões para mapeamento de perfis e elaboração de um plano preliminar de comunicação.
Objetivo	Alinhar a estratégia da Rede às demandas do público-alvo.
Responsável	Equipe de Planejamento e Comunicação.
Prazo	Fevereiro.
Análise Reflexiva	Esta etapa fundamenta-se na metodologia SWOT (Gürel & Tat, 2017) para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, garantindo um planejamento embasado.

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 03: Etapa 1 - **Desenvolvimento e Lançamento da Plataforma Centralizada (Março)**

Etapa 2	Desenvolvimento e Lançamento da Plataforma Centralizada (Março)
Ação	Criar uma plataforma digital com funcionalidades integradas.
Descrição	Implementação de perfis de membros, fóruns de discussão e repositórios de documentos.

Objetivo	Centralizar interações e promover acessibilidade.
Responsável	Equipe de TI e Design.
Prazo	Março.
Interação Prática	O uso de princípios de acessibilidade (WCAG 2.1) evidencia um compromisso com inclusão digital, promovendo equidade no acesso (W3C, 2018).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 04: Etapa 3 - Capacitação dos Gestores e Comunicação Interna (Abril)

Etapa 3	Capacitação dos Gestores e Comunicação Interna (Abril)
Ação	Realizar treinamentos e workshops estratégicos.
Descrição	Foco em engajamento, uso da plataforma e liderança colaborativa.
Objetivo	Garantir preparo técnico e estratégico dos gestores.
Responsável	Equipe de Capacitação e Comunicação.
Prazo	Abril.
Problematização	A capacitação inicial é crítica, pois falhas nesse estágio podem impactar a eficiência operacional (Argyris, 1991).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 05: Etapa 4 - Lançamento Oficial nas Redes Sociais (Maio)

Etapa 4	Lançamento Oficial nas Redes Sociais (Maio)
Ação	Iniciar campanhas de visibilidade e engajamento.
Descrição	Publicação de conteúdos promocionais e realização de eventos online.
Objetivo	Ampliar a presença digital e atrair participantes.
Responsável	Equipe de Comunicação.
Prazo	Maio.
Raciocínio Dialético	Embora campanhas digitais ampliem a visibilidade, o sucesso depende da qualidade do conteúdo e da interação com o público (Kaplan & Haenlein, 2010).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 06: Etapa 5 - Implementação do Programa de Mentoria (Junho - agosto)

Etapa 5	Implementação do Programa de Mentoria (Junho - agosto)
---------	--

Ação	Estabelecer conexões entre membros experientes e novos.
Descrição	Criação de comunidades de prática e encontros regulares.
Objetivo	Promover aprendizado colaborativo e pertencimento.
Responsável	Coordenadores de Mentoría.
Prazo	Junho.
Exemplo Analítico	Programas de mentoría em redes de liderança têm demonstrado impacto positivo no desenvolvimento profissional (Kram, 1985).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 07: Etapa 6 - **Avaliação de Impacto Inicial (Setembro)**

Etapa 6	Avaliação de Impacto Inicial (Setembro)
Ação	Analizar métricas e feedbacks para ajustes estratégicos.
Descrição	Coleta de dados qualitativos e quantitativos sobre engajamento e adesão.
Objetivo	Garantir eficácia contínua e identificar oportunidades de melhoria.
Responsável	Analistas de Dados.
Prazo	Setembro.
Conclusão Reflexiva	A avaliação baseada em evidências fortalece a legitimidade do projeto e apoia decisões futuras (Patton, 2011).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 08: Etapa 6 - **Indicadores de Sucesso**

Indicadores de Sucesso	
Adesão	Número de membros cadastrados.
Engajamento	Participação em fóruns e eventos.
Visibilidade	Alcance das campanhas nas redes sociais.
Produção Intelectual	Trabalhos publicados no repositório digital.
Impacto	Feedback positivo dos egressos.

Fonte: Elaborado pelo autor

O plano de ação, ao adotar uma abordagem estruturada e integrada, alinha-se às melhores práticas de gestão e inovação, promovendo a excelência na administração pública.

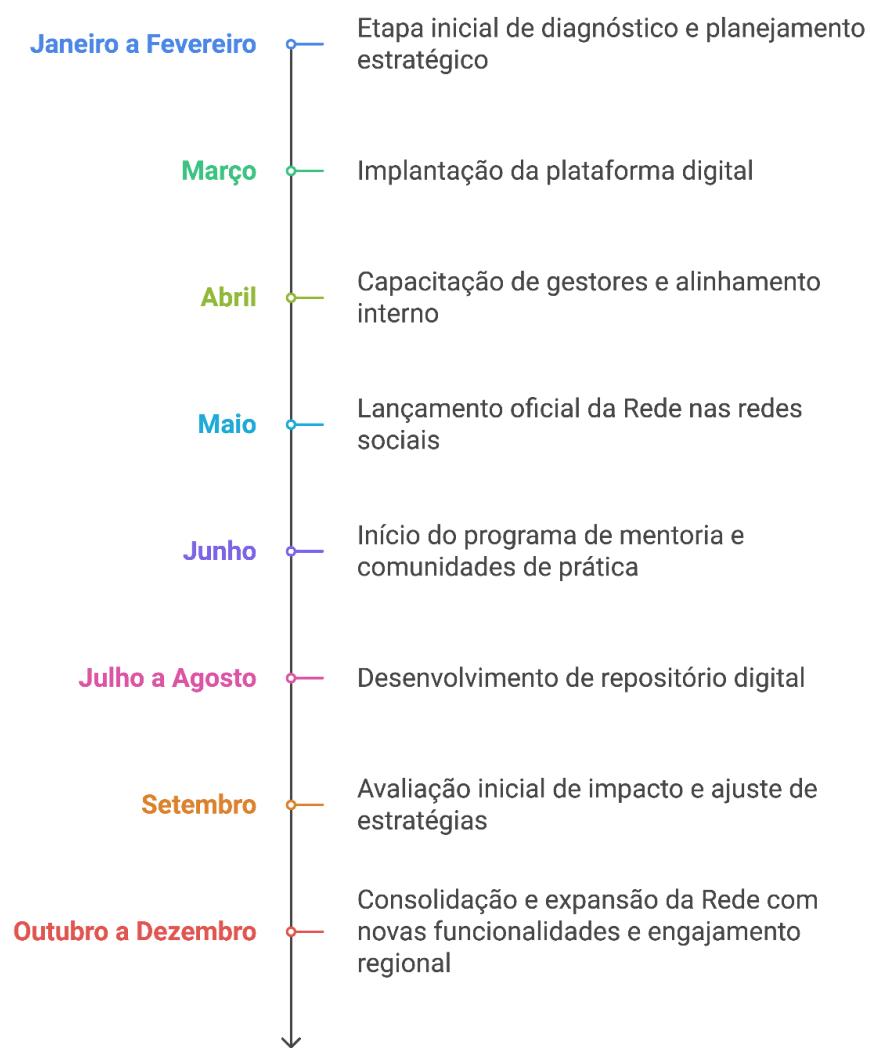
Quadro 04: Regua Unica do Tempo

Mês	Ação	Descrição	Responsável
Janeiro - Fevereiro	Diagnóstico inicial e planejamento estratégico	Reuniões com stakeholders e mapeamento de perfis para definir estratégias.	Equipe de Planejamento e Comunicação
Março	Desenvolvimento e lançamento da plataforma centralizada	Criação da plataforma digital integrada com funcionalidades como perfis de membros, fóruns de discussão e repositórios de documentos, seguindo os princípios de acessibilidade (WCAG 2.1).	Equipe de TI e Design
Abril	Capacitação dos gestores e comunicação interna	Realização de treinamentos e workshops estratégicos focados em engajamento, uso da plataforma e liderança colaborativa.	Equipe de Capacitação e Comunicação
Maio	Lançamento oficial da Rede nas redes sociais	Início de campanhas de visibilidade com conteúdos promocionais e realização de eventos online para ampliar a presença digital.	Equipe de Comunicação
Junho - Agosto	Implementação do programa de mentoria	Estabelecimento de conexões entre membros experientes e novos, criação de comunidades de prática e realização de encontros regulares.	Coordenadores de Mentoria
Setembro	Desenvolvimento do repositório digital	Criação de repositório de TCCs, artigos acadêmicos e estudos de caso.	Equipes de TI e Gestão de Dados
Setembro	Avaliação de impacto inicial	Coleta de dados qualitativos e quantitativos sobre engajamento e adesão, análise de métricas e ajustes estratégicos, baseada em avaliação de evidências.	Analistas de Dados
Outubro - Dezembro	Consolidação e expansão da Rede	Expansão da plataforma digital com novas funcionalidades,	Gestão Integrada da Rede

		ampliação das ações regionais e fortalecimento do engajamento da comunidade.	
--	--	--	--

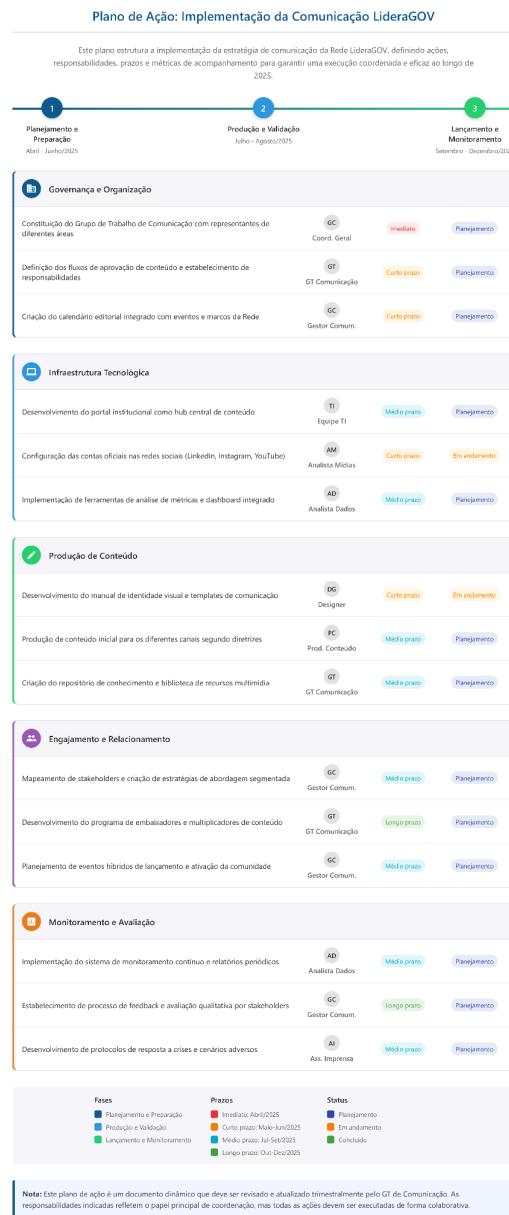
Fonte: Elaborado pelo autor

Cronograma de Implementação do Projeto: Do Planejamento à Expansão



Infográfico 09 - Plano de ação

[Clique aqui para representação gráfica web](#)



Fonte: elaborado pelo autor

8.2 Iniciativas Estratégicas

Este plano de ação representa o compromisso da Rede LideraGOV em fortalecer sua estratégia de comunicação e presença digital. Estruturado através da metodologia 5W1H, o plano abrange 11 iniciativas estratégicas que serão implementadas ao longo de 2024, visando ampliar o alcance e o impacto da Rede. Cada ação foi planejada para garantir uma comunicação mais efetiva, integrada e alinhada com os objetivos da organização, estabelecendo prazos, responsáveis e metodologias claras de execução.

Quadro 05: Tabela com o Plano de Ação da Rede LideraGOV

O Que	Por Que	Onde	Quando	Quem	Como
1. Reuniões do GT de Comunicação	Planejar e acompanhar a implementação do plano	Formato híbrido (presencial/virtual)	Quinzenalmente (Abril a Julho)	Equipe de Comunicação, Gestores e Representantes dos egressos	Reuniões estruturadas de 1h30 com pauta prévia e registro de decisões
2. Desenvolvimento da identidade visual	Padronizar a comunicação visual em todos os canais	Plataformas digitais da Rede	Abril 2024	Equipe de Design e Comunicação	Criação de manual de identidade visual e templates
3. Produção de conteúdo para podcast	Estabelecer presença em áudio e alcançar novo público	Estúdio de gravação	Maio a Julho 2024	Equipe de Produção Audiovisual	Gravação e edição de episódios piloto seguindo roteiros aprovados
4. Estruturação do canal YouTube	Criar presença em vídeo e conteúdo educativo	Plataforma YouTube	Maio a Julho 2024	Equipe de Produção Audiovisual e Marketing Digital	Desenvolvimento de conteúdo audiovisual e estratégia de publicação
5. Desenvolvimento do repositório digital	Centralizar e organizar produção intelectual da Rede	Portal institucional	Junho a Julho 2024	Equipe de TI e Gestão do Conhecimento	Implementação de sistema de arquivo e categorização
6. Reestruturação do portal institucional	Melhorar experiência do usuário e integração de conteúdos	Ambiente virtual da Rede	Maio a Julho 2024	Equipe de TI e UX/UI	Desenvolvimento de nova interface e funcionalidades

7. Estratégia para redes sociais	Aumentar engajamento e alcance	LinkedIn, Instagram e outras plataformas	Junho a Julho 2024	Equipe de Marketing Digital	Criação de calendário editorial e diretrizes de publicação
8. Validação de conteúdos	Garantir qualidade e alinhamento estratégico	Ambiente virtual da Rede	Agosto 2024	GT de Comunicação e Gestores	Análise e aprovação dos materiais produzidos
9. Treinamento das equipes	Capacitar equipes para uso das novas ferramentas	Ambiente virtual/presencial	Agosto 2024	Equipe de Capacitação	Workshops e materiais de treinamento
10. Lançamento do plano	Iniciar nova fase da comunicação da Rede	Todos os canais da Rede	Setembro 2024	Toda a equipe envolvida	Evento de lançamento e início das publicações regulares
11. Monitoramento e ajustes	Avaliar resultados e realizar melhorias necessárias	Todos os canais da Rede	Setembro 2024 em diante	Equipe de Análise de Dados e Comunicação	Acompanhamento de métricas e implementação de ajustes

Fonte: Elaborado pelo autor

Para uma visualização gráfica web, [clique aqui](#)

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Este plano de ação é um guia estratégico e poderá ser ajustado conforme as necessidades da Rede e a disponibilidade de recursos.
- O sucesso da implantação dependerá do engajamento dos egressos, do apoio institucional e da gestão eficiente dos recursos.
- A comunicação constante e transparente será fundamental para garantir a participação ativa dos membros e o alcance dos objetivos.

Resultados Esperados:

- Rede LideraGOV consolidada como um espaço de referência para líderes públicos.
- Aumento do engajamento dos egressos nas atividades da Rede.
- Melhoria da comunicação interna, com o uso de ferramentas digitais eficazes.
- Estrutura de governança transparente e colaborativa.
- Reconhecimento do impacto positivo do Programa LideraGOV para o serviço público.

Próximos Passos:

- Apresentar este plano de ação aos gestores da Rede LideraGOV para aprovação e validação.
- Definir os responsáveis por cada atividade e os recursos necessários para a implantação.
- Iniciar a implementação das ações de comunicação de acordo com o cronograma e a RUT.
- Monitorar os resultados e ajustar as estratégias conforme necessário.

Este plano de ação, estruturado a partir do modelo fornecido e contextualizado com base no relatório da ONU, busca fortalecer a Rede LideraGOV, promovendo a interação, o desenvolvimento e o impacto positivo de seus membros no serviço público brasileiro.