

GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais

PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 2026

Assessoria de Comunicação Social – ACS
SEF/MG

Belo Horizonte, junho de 2026

APRESENTAÇÃO



O presente **Plano de Comunicação Social da SEF** orienta as ações de comunicação interna e externa autorizadas pela Assessoria de Comunicação Social (ACS) e executadas por todas as unidades da Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais (SEF/MG), garantindo o alinhamento estratégico e aderência aos princípios da Administração Pública. O planejamento é sustentado pelas diretrizes e responsabilidades estabelecidas na Resolução SEF nº 5.572, de 7 de junho de 2022.

Sumário

APRESENTAÇÃO	2
1. ATRIBUIÇÕES E ATIVIDADES DA ACS	4
2. PÚBLICO-ALVO	5
3. CANAIS DE COMUNICAÇÃO	5
4. CONTEÚDO E FORMATO	6
5. PLANEJAMENTO 2025–2026	7
6. GOVERNANÇA E RESPONSÁVEIS	8
7. AVALIAÇÃO / INDICADORES	8
8. RISCOS RELACIONADOS	9
9. GESTÃO DE CRISE	9
10. REVISÃO	10
11. INOVAÇÃO E ACESSIBILIDADE	10
12. VEDAÇÕES	11
13. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL EM PERÍODOS ELEITORAIS	11
14. EQUIPE	12

1. ATRIBUIÇÕES E ATIVIDADES DA ACS

A Assessoria de Comunicação Social (ACS) exerce papel estratégico na SEF/MG, sendo responsável por assegurar coerência institucional, alinhamento às diretrizes do Governo de Minas e efetividade da comunicação pública. Esta seção apresenta suas atribuições e responsabilidades fundamentais.

A Assessoria de Comunicação Social (ACS) é uma área estratégica diretamente ligada e respondente ao Gabinete da Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais.

Os objetivos do Plano de Comunicação Social são específicos e estão alinhados ao planejamento estabelecido pela Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais, com anuência da Secretaria de Estado de Comunicação, e respaldados pela Resolução SEF 5.572/2022:

Planejamento e Gestão Estratégica da Comunicação

- Estabelecer as diretrizes de identidade da SEF/MG.
- Planejar, executar e gerir, de forma estratégica e integrada, as ações de Comunicação Social voltadas ao público interno e externo.
- Proporcionar a cultura da transparência, da acessibilidade, da impessoalidade, da efetividade, da eficiência, da ética e da responsabilidade social na Comunicação Social.
- Contribuir para o fortalecimento da imagem institucional.
- Desenvolver e implementar políticas estratégicas de comunicação.

Gerenciamento de Canais Oficiais

- Criar e gerenciar canais oficiais.
- Garantir que as publicações atendam aos interesses institucionais, propósito, missão, visão e valores da SEF/MG.
- Assegurar a atualização permanente das páginas da SEF/MG na internet e na intranet.

Produção e Qualidade de Conteúdo

- Divulgar, de forma clara, didática, acessível e alinhada aos objetivos organizacionais as notícias, informativos, serviços, campanhas e demais iniciativas institucionais.
- Incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos, mantendo a comunicação alinhada às atualizações tecnológicas e transformações sociais.
- Garantir o respeito às normas de acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência.
- Aprovar e oficializar todas as peças institucionais antes da veiculação.

Relacionamento com a Mídia e Imprensa (Jornalismo)

- Assessorar a alta administração no relacionamento com a mídia.
- Responder às demandas dos órgãos de imprensa, buscando subsídios junto às Superintendências e submetendo a redação final à alta gestão.
- Elaborar e divulgar notas oficiais, comunicados e esclarecimentos, em articulação com a Subsecretaria de Comunicação Social e Eventos da Secretaria-Geral.
- Acompanhar, selecionar e divulgar assuntos de interesse da SEF/MG publicados em veículos de comunicação.

- Planejar, acompanhar e coordenar a cobertura jornalística de eventos oficiais e entrevistas, incluindo registros fotográficos, em vídeo e áudio.
- Fornecer orientações para entrevistas à imprensa, cobrindo aspectos de vestuário, gestual e fala.
- Oficializar a comunicação feita pelas unidades da SEF/MG.
- Zelar para que manifestações de caráter pessoal não sejam apresentadas indevidamente como institucionais.
- Observar a legislação vigente relativa ao sigilo das informações (CTN, LGPD, Código de Ética da SEF).

Controle e Supervisão sobre Outras Unidades

- Excepcionalmente, autorizar o desenvolvimento de atividades de comunicação por outros setores, desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política de Comunicação Social e diretrizes complementares.

Gestão de Informações e Alinhamento

- Administrar os fluxos de informações e assegurar a correta divulgação interna e externa do material jornalístico.
- Providenciar o encaminhamento de demandas enviadas via Sistema Eletrônico de Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC), distribuindo-as às unidades e cuidando da qualidade das respostas.
- Responder à Secretaria de Estado de Comunicação Social (SECOM), seguindo diretrizes estabelecidas.

2. PÚBLICO-ALVO

A comunicação institucional parte do reconhecimento dos diferentes públicos com os quais a SEF/MG se relaciona. A adequada segmentação permite direcionar mensagens, escolher canais apropriados e ampliar a efetividade comunicacional.

Público	Descrição
Público Interno	Servidores fazendários, prestadores de serviços terceirizados e estagiários da Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais (SEF/MG).
Público Externo	Servidores de outras secretarias do Governo de Minas, entes regulados, instituições públicas, organizações e associações públicas e privadas e a sociedade.

3. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Os canais de comunicação institucional são instrumentos essenciais para garantir transparência, acesso à informação e relacionamento contínuo com a sociedade e com o público interno.

Conforme a Resolução nº 5.572/2022, os canais de comunicação social oficiais da SEF/MG devem ser gerenciados pela Assessoria de Comunicação Social (ACS):

Tipo	Canal
Comunicação Interna	Informativo Fazenda em Notícia (e-mails)
Comunicação Interna	Portal intranet web da SEF/MG (www.fazenda.mg.gov.br)
Comunicação Interna	Murais de notícias
Comunicação Externa	Portal on-line web da SEF/MG (www.fazenda.mg.gov.br)
Comunicação Externa	Perfil oficial no Instagram (@sef.mg)
Comunicação Externa	Canal oficial no Spotify e Deezer (Fazenda em Notícia)
Comunicação Externa	Canal oficial no YouTube (@sef_mg)
Comunicação Externa	Perfil LinkedIn e LinkedIn Page
Comunicação Externa	Canal oficial no WhatsApp (SEF/MG)

4. CONTEÚDO E FORMATO

A padronização de conteúdo e identidade visual é fundamental para fortalecer a imagem institucional da SEF/MG, assegurando reconhecimento, clareza e conformidade normativa.

Identidade Visual

- Todas as unidades fazendárias devem utilizar a logomarca padrão da SEF/MG como identidade visual oficial da instituição em todos os materiais de comunicação, conforme diretrizes do manual de aplicação da ACS para cores, disposição e apresentação. Em casos específicos, esta será substituída pela logomarca do Governo de Minas e Secretaria.

Unidade	Regra de Identidade Visual
Subsecretarias	Podem usar logomarcas e cores próprias; a logomarca oficial da SEF/MG deve aparecer posicionada logo à direita.
Superintendências	Podem usar logomarcas e cores próprias; devem exibir a logomarca da subsecretaria e a padrão da SEF/MG posicionadas logo à direita.
Diretorias	Devem exibir a logomarca da superintendência, da subsecretaria e a padrão da SEF/MG.
Divisões	Devem exibir a logomarca da superintendência, da subsecretaria e a padrão da SEF/MG.
Programas	Podem usar logomarcas e cores próprias, desde que exibam a logomarca padrão da SEF/MG ou a do Governo de Minas com menção à Secretaria de Fazenda.

- Telas de fundo usadas em conferências virtuais e reuniões devem seguir o modelo padrão, com a utilização da quantidade de logomarcas em acordo com a hierarquia.
- Apresentações para comunicação externa devem usar o modelo padrão criado pela ACS, enquanto para comunicação interna podem ser adotados formatos e cores propostos pelas subsecretarias, desde que utilizem a composição de logomarcas conforme o Plano de Comunicação e sejam previamente autorizados pela ACS.
- Documentos oficiais timbrados, impressos ou não, para comunicação externa, devem usar o modelo padrão criado pela ACS, enquanto para comunicação interna podem ser adotados formatos e cores propostos pelas subsecretarias, desde que utilizem a composição de logomarcas conforme o Plano de Comunicação e sejam previamente autorizados.

Diretrizes de Conteúdo (Art. 3º da Resolução SEF Nº 5.572): As publicações devem:

- Ser claras, didáticas, acessíveis e alinhadas aos objetivos organizacionais.
- Atender aos interesses institucionais, propósito, missão, visão e valores da SEF/MG.
- Incentivar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos, mantendo-se atualizadas com as tecnologias e transformações sociais.
- Garantir o respeito às normas de acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência.

5. PLANEJAMENTO 2025–2026

O planejamento de comunicação traduz as diretrizes estratégicas em ações concretas, permitindo organizar prioridades, otimizar recursos e ampliar o alcance institucional.

O Plano de Comunicação Social de 2025-2026 tem por objetivo as seguintes ações e projetos:

	Ação/projeto	Previsão
Ações internas	Criação do Plano de Comunicação de 2026	DEZ/2025
	Implementação de novo layout para o Informativo Fazenda em Notícia	MAIO/2025
	Implementação de repositório on-line no Sharepoint para o Informativo Fazenda em Notícia	MAIO/2025
	Implementação do estúdio audiovisual SEF/MG	DEZ/2025
	Implementação do planilhamento de agendas da alta gestão	MAIO/2025
	Novo site da SEF/MG	A DEFINIR
Ações externas	Aumentar de 470 para 600 o número de seguidores no Youtube	DEZ/2026
	Aumentar de 930 para 2.000 o número de seguidores do canal de WhatsApp	DEZ/2026
	Publicar 12 matérias em mídias de grande alcance	DEZ/2026
	Publicar 20 spots de rádio (matérias) no Spotify e Deezer	DEZ/2026
	Amplias para 22.500 o número de seguidores no Instagram da SEF/MG	DEZ/2026

6. AVALIAÇÃO / INDICADORES

O acompanhamento sistemático das ações de comunicação permite mensurar impacto, alcance e engajamento junto aos públicos estratégicos.

Área	Indicador	Fórmula	Meta	Frequência
Planejamento	Taxa de ações executadas	$(\text{Executadas} \div \text{Planejadas}) \times 100$	$\geq 80\%$	Trimestral
Canais	Taxa de atualização da intranet	$(\text{Atualizações} \div \text{Previstas}) \times 100$	$\geq 95\%$	Mensal
Canais	Disponibilidade portais	$(\text{Tempo on-line} \div \text{Tempo total}) \times 100$	$\geq 99\%$	Mensal
Conteúdo	Engajamento do Instagram	$(\text{Curtidas} + \text{Compart.} + \text{Coment.}) \div \text{seguidores}$	$\geq 10\%$ crescimento	Trimestral
Conteúdo	Crescimento do Instagram	$(\text{Seguidores no mês} \div \text{seguidores}) \times 100$	$\geq 10\%$ crescimento	Mensal
Conteúdo	Taxa abertura informativo	$(\text{Abertos} \div \text{Enviados}) \times 100$	$\geq 60\%$	Mensal
Conteúdo	Índice acessibilidade	$(\text{Peças acessíveis} \div \text{Total}) \times 100$	80%	Trimestral
Mídia	Tempo resposta imprensa	$\text{Soma tempos} \div \text{n}^\circ \text{ demandas}$	$\leq 24\text{h}$ úteis	Mensal

7. GOVERNANÇA E RESPONSÁVEIS

A definição clara de responsabilidades assegura governança, organização e alinhamento institucional na execução das ações de comunicação.

Responsável	Atribuições Principais
Assessoria de Comunicação Social (ACS)	Planejar, executar e gerir as ações de Comunicação Social; assessorar a alta administração; elaborar e gerir o Plano de Comunicação; gerenciar os canais oficiais; autorizar atividades de comunicação por outros setores; ponto de submissão para casos omissos e dúvidas.
Alta Administração, Servidores e Colaboradores	Zelar para que manifestações pessoais não sejam apresentadas como institucionais; observar a legislação de sigilo; zelar pela reputação e imagem da instituição; reportar à ACS solicitações de entrevistas ou informações da mídia.
Gabinete da SEF	Resolver os casos omissos e dúvidas surgidas na aplicação da Política de Comunicação Social, após submissão à ACS.
Outras Unidades/Setores (ex: RH)	Podem ser responsáveis por conteúdos específicos e envio de e-mails, em coordenação com a ACS. Em campanhas de capacitação, o Departamento de RH pode ser responsável pela capacitação de multiplicadores e demais servidores.

8. RISCOS RELACIONADOS

A identificação de riscos comunicacionais possibilita a adoção de medidas preventivas, protegendo a reputação institucional e a credibilidade da SEF/MG.

- Ruídos, notícias falsas, desmotivação e desalinhamento estratégico devido à falta de comunicação oportuna ou direcionada.
- Resistência natural ao novo e desconhecido, especialmente em mudanças de rotina e cultura organizacional. Para amenizar, é crucial manter a equipe bem-informada, buscar entender dúvidas e expectativas, e promover o engajamento.
- Descumprimento das vedações da Resolução SEF Nº 5.572, como a criação de submarcas, logomarcas distintas ou perfis não oficiais em redes sociais.

9. GESTÃO DE CRISE

A gestão de crise em comunicação tem como objetivo mitigar impactos negativos, preservar a imagem institucional e garantir respostas coordenadas e transparentes.

A comunicação feita pela assessoria de imprensa se pauta pela antecipação de riscos e proteção da imagem. As atividades de gestão de crise organizam-se pelo fluxo:

Etapa	Ação
1	Conhecimento pleno sobre o fato gerador da crise
2	Estudo de impacto na reputação
3	Estudo dos cenários de solução
4	Apuração com fontes internas e consolidação de cenários solucionadores
5	Desenvolvimento de resposta universal primária para represar o aumento da crise
6	Aprovação da resposta com a hierarquia imediata e geral
7	Validação e aprovação com a Secretaria de Comunicação do governo
8	Retorno à imprensa
9	Desenvolvimento de respostas específicas para as redes próprias de comunicação
10	Aprovação da resposta com a hierarquia imediata e geral
11	Propagação em redes próprias

No caso de instalação de crise com impactos duradouros, o volume de produtos de contenção e recuperação da reputação passa por estratégia reativa (já citada) e ativa, com foco no agendamento da imprensa e público-alvo.

Porta-vozes da SEF/MG

Ao público em geral, comunicam o Secretário de Estado de Fazenda e o Secretário Adjunto de Fazenda. Nos limites da própria competência ficam indicados os Subsecretários do Tesouro e da Receita Estadual, podendo estes delegar a função a servidores fazendários.

10. REVISÃO

A comunicação institucional é dinâmica e deve ser continuamente avaliada e atualizada para manter aderência ao contexto interno e externo.

Este plano de comunicação obedece às definições da Resolução SEF Nº 5.572 e passa por atualização periódica em ocasião de pertinência, pois, conforme o art. 9º do normativo, a Política de Comunicação Social da SEF deverá ser revista a cada 3 (três) anos, ou a qualquer tempo, caso ocorram mudanças no ambiente interno e/ou externo que justifiquem a alteração da norma.

11. INOVAÇÃO E ACESSIBILIDADE

A inovação e a acessibilidade são princípios fundamentais da comunicação pública contemporânea, ampliando o acesso à informação e promovendo inclusão.

Conforme a Política de Comunicação Social da Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais, as ações da comunicação social obedecem ao objetivo de informar com acessibilidade, vinculada às diretrizes da Política Nacional de Linguagem Simples, Lei 15.263/2025.

São consideradas ações de acessibilidade para meios digitais já adotadas pela Assessoria de Comunicação Social (ACS), normatizadas pelas diretrizes da Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1):

Ação de Acessibilidade	Descrição
Vídeos legendados	Produção de vídeos com legendas para inclusão de pessoas com deficiência auditiva.
Linguagem Simples	Uso de linguagem clara e acessível em todas as comunicações.
Texto alternativo	Descrição de imagens em textos alternativos (alt text).
Alinhamento à esquerda	Alinhamento padrão para texto publicado digitalmente.
Responsividade do site	Portal adaptado para diferentes dispositivos e tamanhos de tela.
Conteúdo multimídia	Criação de conteúdo em múltiplos formatos para ampliar o acesso.

12. VEDAÇÕES

As vedações estabelecem limites necessários para preservar a integridade da comunicação institucional e garantir conformidade com os normativos vigentes.

- O desenvolvimento de atividades de comunicação por outros setores sem a autorização prévia da ACS.
- Ofertar entrevistas a veículos de comunicação, jornalista ou qualquer pessoa que se identifique como profissional de comunicação sem reportar e direcionar previamente as solicitações à ACS.
- É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação da SEF por suas unidades e órgãos.
- É vedada a criação de perfis ou grupos nas redes sociais em nome da SEF/MG, seja por iniciativa particular ou por iniciativa de área técnica.

13. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL EM PERÍODOS ELEITORAIS

A atuação comunicacional deve observar, de forma contínua, não apenas seus objetivos institucionais permanentes, mas também as condições excepcionais impostas por contextos específicos, como os períodos eleitorais.

A comunicação institucional da Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais (SEF/MG) deve observar, de forma rigorosa, as restrições legais aplicáveis aos períodos eleitorais, em especial aquelas previstas na Lei Federal nº 9.504/1997, nas resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e nas orientações normativas expedidas pela Resolução Conjunta SEGOV/SEC-GERAL/AGE nº 1/2026.

Compete à Assessoria de Comunicação Social:

- orientar as unidades quanto à aplicação das restrições;
- padronizar procedimentos;
- apoiar a análise de conteúdos com potencial risco eleitoral;
- atuar como instância de validação institucional.

O cumprimento das diretrizes relativas ao período eleitoral é de responsabilidade compartilhada entre as unidades administrativas, gestores e servidores envolvidos com atividades de comunicação.

As unidades da SEF/MG deverão observar integralmente as orientações formais expedidas para o período eleitoral, incluindo cronogramas, diretrizes de adequação estabelecidas no em Memorando-Circular 5 - Orientações Restrição eleitoral (140995533) e Orientação Geral para adequação da Comunicação Institucional - Período Eleitoral (141253123) – SEI 1190.01.0006184/2026-79.

Dúvidas e situações específicas deverão ser formalizadas junto ao ponto focal institucional designado para o período.

14. EQUIPE

Coordenação:

Cleison Richard Batista
Assessor-chefe

Equipe técnica:

Jornalistas:

- Amilcar Batista Brumano Filho
- William Vinicius de Araújo
- Talitha Borges Denilli de Carvalho
- Reginaldo Fernandes Cangussu
- Emile Aparecida Patricio

Publicitário:

- Túlio Valentim Castanheira
-