



Prefeitura Municipal de Pires do Rio

Praça Francisco Felipe Machado, nº 37 - Centro

CEP: 75200-000 - Pires do Rio/GO

Fone: (64) 3461-4000 / (64) 3461-4005

CIDADE DE
**PIRES
DO RIO**



INTRUÇÃO NORMATIVA 001/2022 COMUNICAÇÃO

“Dispõe e Estabelece Diretrizes e Normativas para a Comunicação Institucional através da presente Instrução normativa e dá outras providências.”

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º As ações de publicidade dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Municipal são reguladas pelas disposições desta Instrução Normativa.

Seção I

Da conceituação das espécies de publicidade

Art. 2º As espécies de publicidade são conceituadas como segue:

I - Publicidade de Utilidade Pública: a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida;

II - Publicidade Institucional: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

III - Publicidade Legal: a que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Parágrafo único. São também considerados como ação de publicidade os projetos de:

IV - veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação, com entrega em espaços publicitários;

V - transmissão de eventos esportivos, culturais, informativos ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

CAPÍTULO II DAS AÇÕES DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA, DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Seção I

Do planejamento, desenvolvimento e criação das ações

“Conheça e divulgue a arte e a cultura de Goiás.”



Prefeitura Municipal de Pires do Rio

Praça Francisco Felipe Machado, nº 37 - Centro

CEP: 75200-000 - Pires do Rio/GO

Fone: (64) 3461-4000 / (64) 3461-4005

CIDADE DE
**PIRES
DO RIO**



Art. 3º Os órgãos e entidades que realizam ações de Publicidade de Utilidade Pública, de Publicidade Institucional vinculada a políticas públicas governamentais deverão elaborar Plano Semestral de Comunicação, em sintonia com os objetivos e diretrizes.

§ 1º Estão obrigados a apresentar Plano Semestral de Comunicação à Comunicação Municipal todas as Secretarias Municipais bem como seus órgãos adjuntos.

§ 2º Os órgãos ou entidades que estejam obrigados a apresentar o Plano Semestral de Comunicação seguirão as orientações editadas pela Comunicação para sua elaboração.

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação das respectivas peças, os órgãos e entidades deverão as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada tipo de ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 37, e seu § 1º, da Constituição Federal, que determina que a publicidade terá caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - promover a autoestima dos piresinos;

III - ressaltar os benefícios das ações para a sociedade e não só para o público diretamente atingido;

IV - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas adotados pelo Poder Executivo Municipal;

V - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades dos governos federal, estaduais e municipais na obra ou ação divulgada;

VI - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais;

VII - empregar recursos que facilitem o acesso das pessoas com deficiência visual e auditiva às ações de publicidade;

VIII - evitar o uso de termos estrangeiros.

Parágrafo único. A Publicidade de Utilidade Pública, especificamente, deve sempre conter uma orientação à população que a habilite a usufruir os direitos, os benefícios ou os serviços públicos colocados à sua disposição.

Seção II

Da análise e aprovação das ações

Art. 5º A análise e a aprovação da Comunicação em relação às propostas de ações limitam-se à observância dos objetivos e diretrizes previstas nesta Instrução Normativa, no tocante ao conteúdo de comunicação e aos aspectos técnicos de mídia.

“Conheça e divulgue a arte e a cultura de Goiás.”



Prefeitura Municipal de Pires do Rio

Praça Francisco Felipe Machado, nº 37 - Centro

CEP: 75200-000 - Pires do Rio/GO

Fone: (64) 3461-4000 / (64) 3461-4005

CIDADE DE
**PIRES
DO RIO**



Art. 6º As propostas de ações serão previamente submetidas pelos órgãos e entidades à aprovação da Comunicação Municipal com informações referentes ao:

I - planejamento da ação: objetivos, público-alvo, cobertura geográfica e período de divulgação;

II - conteúdo da comunicação: roteiros e leiautes das peças;

III - mídia, compreendendo:

a) premissas do planejamento de mídia, baseadas no contexto geral da ação e nas análises dos relatórios de pesquisa sobre hábitos de consumo de comunicação;

b) estratégia de mídia: definição dos objetivos de veiculação das peças, alinhados aos objetivos da ação; informações sobre público-alvo e mercados onde será realizada a ação, apresentadas sob a forma de dados e estudos técnicos; defesa dos meios apropriados para efetivo alcance do propósito da ação, com indicação de níveis ideais de frequência e audiência;

c) tática de mídia: apresentação de critérios de distribuição dos investimentos por meio, considerados os objetivos da ação; indicação dos períodos de veiculação; defesa da programação de veículos e respectiva distribuição de peças, de acordo com os objetivos de alcance e audiência;

d) plano de mídia: detalhamento de informações relativas a formato, data, programações e custo; apresentação, sempre que possível, de dados referentes à audiência, tiragem e circulação, além do somatório dos índices gerais de programação, considerados os parâmetros de negociação vigentes ou parâmetros que demonstrem a economicidade da proposta.

Parágrafo único. A Comunicação terá 5 (cinco) dias úteis para analisar as propostas de ações e comunicar sua decisão aos órgãos e entidades, ressalvado que o não cumprimento desse prazo não implica aprovação tácita das ações.

Art. 7º Não serão analisados pela Comunicação:

I – pedidos que não estejam devidamente protocolados;

II – pedidos realizados por meios de meios de comunicação social como Whatsapp, Facebook, Instagram e afins;

II - o conteúdo da comunicação das ações:

a) que não envolvam veiculação a políticas públicas do Poder Executivo Municipal;

b) que estejam fora dos padrões exigidos pela Comunicação, ou passados pela Comunicação;

“Conheça e divulgue a arte e a cultura de Goiás.”



c) Publicações amadoras sem o selo ou timbre da comunicação, brasão do município ou logotipo da administração municipal vigente.

Parágrafo único. Pedidos de urgência será analisado pela Comunicação Municipal considerando o fluxo de trabalho.

Art. 8º Os órgãos e entidades encaminharão à Comunicação informações sobre o material ficando a cargo da Comunicação verificação dos custos dos serviços a serem prestados por fornecedores, juntamente ao Departamento de Compras e a Secretaria de Administração Planejamento e Finanças.

§ 1º O envio das informações sobre os custos dos serviços prestados por fornecedores é obrigatório após a análise da Comunicação, mesmo para os casos mencionados no inciso II do art. 7º, e deverá ocorrer previamente à realização da ação facultado o deferimento.

§ 2º Das informações de que tratam o caput deste artigo e seu § 1º devem constar:

I - os orçamentos detalhados da peça, material e demais serviços a serem contratados;

II - a descrição e a especificação técnica completas da peça, material e demais serviços a serem contratados;

III - o nome da agência responsável pela contratação, quando for o caso, do fornecedor do serviço e dos demais fornecedores consultados.

CAPÍTULO III **DA MARCA DO GOVERNO MUNICIPAL**

Seção I **Da conceituação de marca**

Art. 9º. A marca do Governo Municipal é constituída de elementos impessoais expressivos da sua identidade e se destina a corporificar sua chancela ou assinatura nas ações de comunicação, indicar sua responsabilidade nas mensagens transmitidas e facilitar o controle social da Administração Pública.

Seção II **Do uso da marca em ações de publicidade**

Art. 10. As ações de publicidade a seguir mencionadas, realizadas no município por órgãos e entidades, serão obrigatoriamente identificadas:

I - de acordo com o Manual de Uso da Marca do Governo Municipal, quando se tratar de ações de Publicidade de Utilidade Pública, de Publicidade Institucional vinculada a políticas públicas do Poder Executivo Municipal;



Prefeitura Municipal de Pires do Rio

Praça Francisco Felipe Machado, nº 37 - Centro

CEP: 75200-000 - Pires do Rio/GO

Fone: (64) 3461-4000 / (64) 3461-4005

CIDADE DE
**PIRES
DO RIO**



II - de acordo com o Manual de Uso da Marca do Governo Municipal - Obras, quando se tratar de placas, painéis, outdoors e adesivos que cumpram a função de identificar ou divulgar obras e projetos de obras de que participe o Município;

III - de acordo com o Manual de Uso da Marca do Governo Municipal e de Padronização Visual da Publicidade Legal.

§ 1º Os manuais mencionados nos incisos I, II e III do caput estarão disponíveis no endereço <http://www.piresdorio.go.gov.br>.

§ 2º Cabe à Chefia da Comunicação aprovar a edição e atualização dos manuais mencionados nos incisos I e II do caput.

§ 3º O manual mencionado no inciso III do caput, poderá ser atualizado mediante prévia aprovação da Chefia da Comunicação.

Seção III

Do uso da marca em parcerias

Art. 11. Quando órgãos e entidades figurarem como parceiros em ações de iniciativa ou responsabilidade de outros Poderes e esferas administrativas ou de entidades ou empresas do setor privado, caberá àqueles órgãos ou entidades orientar a correta aplicação do Manual de Uso da Marca do Governo Municipal, após análise da condição jurídica.

Art. 12. Os órgãos e entidades de outros Poderes ou de outras esferas administrativas e as entidades e empresas do setor privado que desejarem usar a marca do Governo Municipal, em ações de comunicação, deverão solicitar autorização à Comunicação, com antecedência mínima de 10 (dez) dias, acompanhada dos respectivos leiautes, roteiros ou projetos das peças em que serão aplicadas e de informações sobre período, mídia, apoiadores e outras pertinentes.

Seção IV

Da identidade visual na Internet

Art. 13. Os órgãos e entidades que mantenham ou venham a manter sítios ou portais nos domínios.gov.br com características institucionais utilizarão obrigatoriamente as prescrições do Manual de Identidade Visual do Governo Municipal na Internet, disponível no endereço <http://www.piresdorio.go.gov.br>.

§ 1º Excetuam-se da regra deste artigo os sítios promocionais.

§ 2º Cabe à Chefia da Comunicação aprovar a atualização do manual mencionado no caput.

Seção V

Das disposições transitórias

Art. 14. Ficam suspensas:

“Conheça e divulgue a arte e a cultura de Goiás.”



Prefeitura Municipal de Pires do Rio
Praça Francisco Felipe Machado, nº 37 - Centro
CEP: 75200-000 - Pires do Rio/GO
☎ Fone: (64) 3461-4000 / (64) 3461-4005

CIDADE DE
PIRES DO RIO



I - a aplicação de toda e qualquer marca figurativa ou mista de órgãos da administração direta em assinaturas conjuntas com a marca do Governo Municipal constante dos manuais mencionados;

II - a criação de marcas figurativas ou mistas de órgãos da administração direta.

Art. 15. A criação de marcas figurativas ou mistas de programas, campanhas, ações e eventos deverá ser submetida previamente à Chefia da Comunicação, com as justificativas para sua adoção e o respectivo projeto.

CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 16. A apresentação à Comunicação das propostas de ações de publicidade implica sua prévia aprovação pelas autoridades competentes dos respectivos órgãos e entidades, e a exatidão das informações são de inteira responsabilidade dos proponentes.

Art. 17. O disposto nesta Instrução Normativa não dispensa a obediência e observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas legais e regulamentares editadas pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 18. A Comunicação editará normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Instrução Normativa.

Art. 19. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Pires do Rio, 15 de agosto de 2022.

FERNANDA DE JESUS BARBOSA
Secretária de Administração, Planejamento
e Finanças

MARCUS VINÍCIUS LOPES RIBEIRO
Assessor Especial I - Comunicação