

## 1. Normas da Publicidade Governamental

### DECRETO nº 3.296, 16 de dezembro de 1999

Dispõe sobre a comunicação social do Poder Executivo Federal.

O **PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, e tendo em vista o disposto no art. 37, § 1º, da Constituição, e no art. 6º, §§ 1º e 2º, da Lei nº 6.650, de 23 de maio de 1979,

#### **DECRETA:**

Art. 1º A comunicação social do Poder Executivo Federal será executada de acordo com o disposto neste Decreto e terá como objetivos principais:

I - disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais;

II - estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do País;

III - realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;

IV - explicar os projetos e políticas de governo propostos pelo Executivo Federal nas principais áreas de interesse da sociedade;

V - promover o Brasil no exterior;

VI - atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da Administração indireta e das sociedades sob controle direto e indireto da União.

Parágrafo único. É vedada a publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de autoridade ou de servidor público.

Art. 2º As ações de comunicação social compreendem as áreas de:

I - imprensa;

II - relações públicas;

III - publicidade, que abrange a:

a) propaganda de utilidade pública, institucional e mercadológica;

b) publicidade legal;

c) promoção institucional e mercadológica, incluídos os patrocínios.

Art. 3º Na execução das ações de comunicação social, deverão ser contempladas:

I - a sobriedade e a transparência dos procedimentos;

II - a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos;

III - a adequação das mensagens ao universo cultural dos segmentos de público com os quais se pretenda comunicar;

IV – a regionalização da comunicação social;

V - a avaliação sistemática dos resultados.

Art. 4º O Sistema de Comunicação Social do Poder Executivo Federal - SICOM , instituído pelo Decreto nº 2.004, de 11 de setembro de 1996, passa a denominar-se Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM.

Art. 5º Integram o SICOM a Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República, como órgão central, e as unidades administrativas dos Ministérios e dos órgãos da Presidência da República que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação social, como órgãos setoriais.

§ 1º Integram ainda o SICOM as unidades administrativas das autarquias, fundações e sociedades sob controle direto ou indireto da União, que tenham a atribuição expressa no **caput** deste artigo.

§ 2º A Secretaria de Comunicação de Governo instituirá comitês temáticos que terão a finalidade de examinar e aprovar os projetos de patrocínio cultural e esportivo de iniciativa dos integrantes do SICOM ou a eles propostos e contarão com a participação dos respectivos patrocinadores e de representantes do Ministério da Cultura ou do Ministério do Esporte e Turismo, conforme a natureza do projeto.

Art. 6º As unidades administrativas de que tratam o art. 5º e seu § 1º obedecerão às diretrizes e orientações técnicas do órgão central do SICOM, sem prejuízo da subordinação administrativa a seus respectivos órgãos, entidades e sociedades.

Art. 7º As ações de comunicação social serão orientadas pelos Planos Anuais de Comunicação - PAC, que estabelecerão as políticas e diretrizes de comunicação social de cada integrante do SICOM e definirão suas ações, metas, segmentos de público, cronogramas de execução, meios a serem utilizados e recursos financeiros.

Art. 8º Cabe ao órgão central:

I - exercer a coordenação, supervisão e controle do SICOM;

II - expedir normas e instruções para o cumprimento do disposto neste Decreto;

III - coordenar a revisão e aprovar os ajustes eventualmente necessários nas ações, nas metas, nos prazos e nos recursos previstos nos PAC;

IV - coordenar o planejamento, o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade dos órgãos setoriais, bem como a consolidação de seus planos de mídia e as respectivas negociações com os veículos de comunicação;

V - coordenar o planejamento, o desenvolvimento e a execução das ações de propaganda e promoção institucionais e de propaganda de utilidade pública dos órgãos, das entidades e das sociedades de que trata o § 1º do art. 5º;

VI - instituir e coordenar o funcionamento dos comitês temáticos previstos no § 2º do art. 5º e aprovar, no âmbito desses comitês, os pedidos de patrocínio;

VII - proporcionar informações sistemáticas que orientem a escolha, a oportunidade e o enfoque de temas suscetíveis de ações de imprensa e de relações públicas dos integrantes do SICOM;

VIII - promover avaliações sistemáticas dos resultados das ações de comunicação social e do desempenho das empresas contratadas para prestar serviços de publicidade.

Art. 9º Cabe aos órgãos setoriais e às unidades administrativas de que tratam o caput e o § 1º do art. 5º:

I - elaborar e submeter seus PAC à Secretaria de Comunicação de Governo;

II - promover em seus PAC os ajustes indicados pela Secretaria de Comunicação de Governo;

III - submeter à Secretaria de Comunicação de Governo as alterações indispensáveis em seus PAC, detectadas no curso de sua execução;

IV - submeter à Secretaria de Comunicação de Governo, ainda na fase de planejamento, as ações de propaganda de utilidade pública e institucional e as ações de promoção institucional que envolvam veiculação;

V - adotar as providências necessárias para que as atividades previstas no art. 8º sejam realizadas de modo harmônico e dentro dos prazos e condições estabelecidos;

VI - implementar tempestivamente medidas para viabilizar a execução das ações previstas nos PAC, em especial aquelas relacionadas aos recursos orçamentários e à licitação de prestadores de serviços pertinentes ao escopo deste Decreto.

Art. 10 Serão submetidos previamente à aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo, conforme estabelecido em instruções normativas:

I - as ações publicitárias de que trata o inciso III do art. 2º;

II - os editais de licitação para contratação de agências de propaganda, acompanhados de seus respectivos **briefings** e minutas de contrato;

III - os relatórios das comissões especiais de licitação, antes de sua homologação;

IV - a contratação dos prestadores de serviços de assessoria de comunicação e de relações públicas.

Art. 11 A realização de toda e qualquer ação publicitária de que trata o inciso III do art. 2º sem a prévia e expressa autorização da Secretaria de Comunicação de Governo implicará a apuração de responsabilidades e a aplicação das penalidades cabíveis.

Art. 12 Toda ação publicitária realizada pelo Poder Executivo Federal será executada por intermédio de agência de propaganda.

§ 1º Excetuam-se da obrigatoriedade do **caput** deste artigo:

a) as ações de promoção definidas em instruções normativas;

b) a publicidade legal feita nos órgãos oficiais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

c) a propaganda realizada por integrante do SICOM, sediado em cidade ou região metropolitana em que inexistia agência de propaganda ou em que as agências existentes não cumpram os requisitos mínimos exigíveis de fornecedores da Administração Pública Federal direta e indireta.

§ 2º A publicidade legal não enquadrada no inciso II do parágrafo anterior será distribuída pela Radiobrás – Empresa Brasileira de Comunicação S.A., nos termos da lei, ou, mediante delegação desta, pela agência de propaganda contratada por integrante do SICOM, observadas as instruções da Secretaria de Comunicação de Governo.

Art. 13 A contratação de agência de propaganda obedecerá, além da legislação em vigor, às disposições deste Decreto, às normas e às instruções expedidas pela Secretaria de Comunicação de Governo e aos regulamentos específicos de cada órgão, entidade ou sociedade.

§ 1º A contratação de que trata o **caput** deste artigo será processada e julgada por comissão especial de licitação, constituída de servidores ou empregados efetivos da Administração Pública Federal direta e indireta e integrada, em sua maioria, por profissionais da área de comunicação social.

§ 2º Na composição da comissão especial de licitação de que trata o parágrafo anterior, a Secretaria de Comunicação de Governo, salvo sua expressa manifestação em contrário, indicará membros e cuidará para que tenha um membro a menos que a soma dos demais membros da comissão.

Art. 14 Os titulares das unidades administrativas que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação social serão nomeados ou designados de acordo com a legislação em vigor, após prévia e formal manifestação do Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo.

Art. 15 As propostas orçamentárias referentes às ações de comunicação social de que trata o Art. 2º serão encaminhadas pela Secretaria de Orçamento Federal do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão à Secretaria de Comunicação de Governo, para análise e manifestação formal.

Parágrafo único. A Secretaria de Orçamento Federal considerará os dados informados pelos integrantes do SICOM, caso a Secretaria de Comunicação de Governo não se manifeste no prazo solicitado.

Art. 16 O disposto neste Decreto não exime de responsabilidade as autoridades constituídas dos órgãos, entidades e sociedades integrantes do SICOM, no tocante as suas competências e atribuições administrativas, financeiras e orçamentárias.

Art. 17 Revoga-se o Decreto nº 2.004, de 11 de setembro de 1996.

Art. 18 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 16 de dezembro de 1999; 178º da Independência e 111º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

*A. Andrea Matarazzo*



**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**DECRETO Nº 4.799, DE 4 DE AGOSTO DE 2003.**

Dispõe sobre a comunicação de governo do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, e tendo em vista o disposto no art. 37, § 1º, da Constituição, e no art. 6º, §§ 1º e 2º, da Lei nº 6.650, de 23 de maio de 1979,

**DECRETA:**

Art. 1º A comunicação de governo do Poder Executivo Federal será executada de acordo com o disposto neste Decreto e terá como objetivos principais:

I - disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais;

II - estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do País;

III - realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;

IV - explicar os projetos e políticas de governo propostos pelo Poder Executivo Federal nas principais áreas de interesse da sociedade;

V - promover o Brasil no exterior;

VI - atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades integrantes do Poder Executivo Federal.

Parágrafo único. É vedada a publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de autoridade ou de servidor público.

Art. 2º As ações de comunicação de governo compreendem as áreas de:

I - imprensa;

II - relações públicas;

III - publicidade, que abrange:

a) a publicidade de utilidade pública, a publicidade institucional, a publicidade mercadológica e a publicidade legal;

b) a promoção institucional e mercadológica, incluídos os patrocínios.

Art. 3º Na execução das ações de comunicação de governo, deverão ser contempladas:

I - a sobriedade e a transparência dos procedimentos;

II - a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos;

III - a adequação das mensagens ao universo cultural dos segmentos de público com os quais se pretenda comunicar;

IV - a diversidade étnica nacional;

V - a regionalização da comunicação;

VI - a avaliação sistemática dos resultados.

Art. 4º O Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), instituído pelo Decreto nº 2.004, de 11 de setembro de 1996, é integrado pela Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência de República, como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação de governo.

Parágrafo único. As unidades administrativas referidas no **caput** deste artigo obedecerão às diretrizes e orientações técnicas da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, sem prejuízo da subordinação administrativa aos órgãos e entidades de que fazem parte.

Art. 5º A Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica instituirá comitê destinado a sugerir a formulação de políticas de patrocínio e a examinar projetos de iniciativa dos integrantes do SICOM ou a eles propostos, o qual contará com a participação dos respectivos patrocinadores e de representantes de Ministérios.

Art. 6º As ações de comunicação de governo serão orientadas pelo Plano de Comunicação de Governo (PCG), a cargo da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, e pelos Planos Anuais de Comunicação (PAC), a cargo dos demais integrantes do SICOM.

§ 1º O PCG estabelecerá as políticas e diretrizes globais de comunicação de governo e consolidará a programação das ações prioritárias para a comunicação do Poder Executivo Federal com a sociedade.

§ 2º O PAC estabelecerá as políticas e diretrizes de comunicação social de cada integrante do SICOM e as ações prioritárias para a comunicação com seus respectivos públicos.

Art. 7º Cabe à Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica:

I - exercer a coordenação, supervisão e controle do SICOM;

II - editar normas e instruções para o cumprimento do disposto neste Decreto;

III - elaborar anualmente o PCG e coordenar a revisão e aprovar os ajustes eventualmente necessários nas ações, metas, prazos e recursos previstos nos PAC;

IV - planejar, desenvolver e executar a publicidade institucional cujos recursos orçamentários estejam alocados na Presidência da República;

V - coordenar e supervisionar o planejamento, o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade dos integrantes do SICOM;

VI - instituir o comitê previsto no art. 5º, coordenar seu funcionamento e aprovar, em seu âmbito, os pedidos de patrocínio;

VII - definir a identidade visual dos sítios dos integrantes do SICOM na Internet;

VIII - coordenar as ações de assessoria de imprensa dos integrantes do SICOM;

IX - proporcionar aos integrantes do SICOM informações sistemáticas que orientem a escolha, a oportunidade e o enfoque de temas e eventos suscetíveis de ações de imprensa e de relações públicas;

X - coordenar o processo de avaliação dos resultados das ações de comunicação de governo e do desempenho das empresas contratadas para prestar serviços de publicidade aos integrantes do SICOM;

XI - executar os procedimentos para a atribuição de limites de gastos publicitários aos integrantes do SICOM, com vistas ao cumprimento da legislação eleitoral, e estabelecer regras para o encaminhamento de requerimentos e consultas ao Tribunal Superior Eleitoral;

XII - instituir e manter programa de aperfeiçoamento em comunicação de governo para os servidores e funcionários que atuam em unidades administrativas integrantes do SICOM.

Art. 8º Cabe às unidades administrativas de que trata o art. 4º:

I - elaborar e submeter seus PAC à Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica e promover os eventuais ajustes por ela indicados;

II - submeter à Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica as alterações indispensáveis em seus PAC, detectadas no curso de sua execução;

III - submeter à prévia aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica as ações publicitárias previstas no inciso III do art. 2º, do planejamento à execução;

IV - submeter à prévia aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica os editais de licitação para contratação dos prestadores de serviços de assessoria de comunicação, de assessoria de imprensa e de relações públicas;

V - desenvolver suas relações referentes à imprensa, relações públicas e Internet em articulação com a Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica e demais órgãos que tenham atribuição específica de gerir as atividades da espécie;

VI - implementar tempestivamente medidas para viabilizar a execução das ações previstas nos PAC, em especial aquelas relacionadas aos recursos orçamentários e à licitação de prestadores de serviços pertinentes a este Decreto.

Art. 9º Toda ação publicitária realizada pelo Poder Executivo Federal será executada por intermédio de agência de propaganda, com exceção da publicidade legal veiculada nos órgãos oficiais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º As ações de promoção poderão ser executadas sem a intermediação de agência de propaganda, a critério dos integrantes do SICOM.

§ 2º A publicidade legal não enquadrada no **caput** deste artigo será distribuída pela Radiobrás – Empresa Brasileira de Comunicação S.A., nos termos da lei, ou, mediante delegação desta, pela agência de propaganda contratada por órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal, observadas as instruções da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica.

Art. 10. A licitação para contratação de agência de propaganda obedecerá, além da legislação em vigor, às disposições deste Decreto, às normas e às instruções editadas pela Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica e aos regulamentos específicos de cada órgão ou entidade do Poder Executivo Federal.

§ 1º A licitação de que trata o **caput** deste artigo será processada e julgada por comissão especial, composta de até cinco membros - profissionais da área de comunicação, em sua maioria - sendo pelo menos dois deles servidores ou empregados do órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 2º A Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, salvo sua expressa manifestação em contrário, indicará a maioria dos membros da comissão especial, de que trata o § 1º, ressalvado que poderá, a seu critério, participar apenas da etapa que envolva julgamento técnico-publicitário.

§ 3º A Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, a seu critério, poderá ser representada nas comissões especiais, de que trata o § 1º, por quaisquer servidores ou empregados de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.

§ 4º Serão previamente submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica os editais de licitação para contratação de agências de propaganda, acompanhados de seus respectivos **briefings** e minutas de contrato.

Art. 11. Os titulares das unidades administrativas que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação de governo serão nomeados ou designados de acordo com a legislação em vigor, após prévia e formal manifestação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica.

Art. 12. As propostas orçamentárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal referentes às ações de comunicação de governo, de que trata o art. 2º, serão encaminhadas pela Secretaria de Orçamento Federal do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão à Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, para análise e manifestação formal.

Parágrafo único. Caso a Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica não se manifeste no prazo solicitado pela Secretaria de Orçamento Federal, as propostas orçamentárias informadas serão consideradas aprovadas.

Art. 13. A realização de toda e qualquer ação prevista neste Decreto, especialmente a publicidade de que trata o inciso III do art. 2º, sem a prévia e expressa autorização da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica implicará a apuração de responsabilidades e a aplicação das penalidades cabíveis.

Art. 14. O disposto neste Decreto não exime de responsabilidade as autoridades constituídas dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal, no tocante a suas atribuições administrativas, financeiras e orçamentárias.

Art. 15. As comissões especiais constituídas para processar licitações cujos documentos de habilitação e propostas ainda não tenham sido recebidos adequar-se-ão tempestivamente ao disposto nos §§ 1º e 2º do art. 10.

Art. 16. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 17. Revoga-se o [Decreto nº 3.296, de 16 de dezembro de 1999](#).

Brasília, 4 de agosto de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA  
*Luiz Gushiken*

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 5.8.2003