

# DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 03/11/2021 | Edição: 206 | Seção: 1 | Página: 11

Órgão: Ministério das Comunicações/Gabinete do Ministro

## PORTARIA MCOM Nº 3.948, DE 26 DE OUTUBRO DE 2021

Dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo federal.

O MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES, no exercício da competência que lhe é outorgada pelo art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, e tendo em vista o disposto no art. 26-C, inciso IV, da Lei nº 13.844, de 18 de junho de 2019, no art. 1º, inciso IV, do Anexo I, do Decreto nº 10.747, de 13 de julho de 2021 e no art. 3º, parágrafo único, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, resolve:

Art. 1º Conceituar as áreas compreendidas pelas ações de comunicação do Poder Executivo federal, em observância ao que dispõe o parágrafo único do art. 3º, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008.

Art. 2º As ações de comunicação do Poder Executivo federal terão por finalidade atender ao princípio da publicidade e promover a transparência da atuação governamental, de modo a contribuir para a consolidação da comunicação social no País.

Parágrafo único. A comunicação social do Poder Executivo federal será realizada por meio da integração e da sinergia das áreas de comunicação, que constituem ferramentas capazes de promover e de valorizar o interesse público e de disseminar, esclarecer e de fomentar conteúdos e temas relacionados à atuação do Governo Federal e de interesse da sociedade.

Art. 3º As ações de comunicação do Poder Executivo federal compreendem as áreas de:

I - comunicação digital;

II - comunicação pública;

III - promoção;

IV - patrocínio;

V - publicidade, classificada em:

a) publicidade de utilidade pública;

b) publicidade institucional;

c) publicidade mercadológica; e

d) publicidade legal;

VI - relações com a imprensa; e

VII - relações públicas.

Art. 4º Aplicam-se os seguintes conceitos para as áreas de comunicação de que trata o art. 3º:

I - comunicação digital: ação de comunicação que consiste na criação e na convergência de conteúdos e mídias, para a disseminação, interação, acesso e troca de informações na internet;

II - comunicação pública: realizada exclusivamente em prol do interesse público, a fim de garantir a cidadania, o direito à informação e à livre expressão de pensamento e a participação do cidadão no debate de assuntos de relevância política, econômica e social e de temáticas relacionadas à condição humana e à vida em sociedade;

III - promoção: ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, fidelizar segmentos de clientes, estimular

conhecimento, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas com marcas, conceitos ou políticas públicas;

IV - patrocínio: ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros;

V - publicidade: forma não pessoal e indireta de divulgação de informações e de difusão de ideias, por meio de ações de comunicação de mídia e não-mídia, desenvolvidas e custeadas por anunciante do Poder Executivo federal, podendo ser classificada em:

a) publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

b)publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de 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;

c) publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

d) publicidade legal: destina-se à publicação de avisos, balanços, relatórios e de outras informações que os órgãos da administração pública federal estejam obrigados a divulgar por força de lei ou de regulamento.

VI - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades do Poder Executivo federal com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, de forma democrática, diversificada e transparente; e

VII - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades do Poder Executivo federal e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

§ 1º A área da comunicação digital, de que trata o inciso I, oferece recursos e abordagens complementares às demais ferramentas de comunicação e potencializa, com o aproveitamento de recursos tecnológicos disponíveis, os efeitos das mensagens e das ações de comunicação desenvolvidas pelos órgãos e entidades do Poder Executivo federal.

§ 2º A comunicação pública de que trata o inciso II pode organizar-se de diversas formas, com utilização das áreas elencadas nos incisos I, III, IV, V VI e VII, de instrumentos, de sistemas e de meios de comunicação nos quais interagem governos, movimentos sociais, organizações privadas, terceiro setor e segmentos específicos da sociedade, a fim de alcançar os objetivos e as finalidades da comunicação do Poder Executivo federal.

Art. 5º Esta Portaria entra em vigor em 10 de novembro de 2021.

Art. 6º Fica revogada a Instrução Normativa nº 1, de 27 de julho de 2017.

**FÁBIO FARIA**

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.