

**Dispõe sobre a comunicação social da Administração Pública Direta e Indireta, no âmbito do Poder Executivo do Estado de Mato Grosso.**

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE MATO GROSSO**, no uso das atribuições que lhe confere o artigo 66, incisos III, da Constituição Estadual, e

Considerando que o Art. 37, *caput* da Constituição Federal impõe à Administração Pública o dever de obediência ao princípio da publicidade;

Considerando que o Art. 37, § 1º, da Constituição Federal disciplina que publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social;

Considerando que cabe à Secretaria de Estado de Comunicação Social - SECOM a formulação e execução da política de comunicação do Poder Executivo Estadual, nos termos do Art. 33 da Lei Complementar nº 14, de 16 de janeiro de 1992,

**DECRETA:**

**Art. 1º** A comunicação social do Poder Executivo Estadual 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 Estado;
- III - realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- IV - dar publicidade aos projetos e as políticas de governo propostas pelo Poder Executivo Estadual nas principais áreas de interesse da sociedade;
- V - promover o Estado de Mato Grosso no Brasil e no exterior;
- VI - atender às necessidades de informação de clientes e usuários dos órgãos e entidades do Poder Executivo do Estado de Mato Grosso.

**Parágrafo único.** É vedada à 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** Integram a comunicação social do Estado a Secretaria de Estado de Comunicação Social - SECOM, como órgão central, e as unidades dos órgãos e entidades da Administração que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação social, como órgãos setoriais.

**Parágrafo único.** A SECOM instituirá comitês temáticos, que terão a finalidade de examinar e aprovar os projetos de patrocínio cultural e esportivo de iniciativa dos órgãos e entidades ou a eles propostos e contarão com a participação dos respectivos patrocinadores e de representantes da Secretaria de Estado de Cultura e da Secretaria de Estado de Esportes e Lazer ou Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo, conforme a natureza do projeto.

**Art. 5º** As unidades dos órgãos e entidades de que trata o Art. 4º obedecerão as diretrizes e orientações técnicas da SECOM, sem prejuízo da subordinação administrativa a seus respectivos órgãos e entidades.

**Art. 6º** As ações de comunicação social serão orientadas pelos Planos Anuais de Comunicação – PAC, que estabelecerão as políticas e diretrizes de comunicação social de órgão ou entidade e definirão suas ações, metas, segmentos de público, cronogramas de execução, meios a serem utilizados e recursos financeiros.

**Art. 7º** Cabe à SECOM, como órgão central, as seguintes atribuições:

- I - exercer a coordenação, a subordinação e o controle da comunicação social do Poder Executivo;
- 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 para os PAC;
- IV - coordenar o planejamento, o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo, bem como a consolidação de seus planos de mídia e as respectivas negociações com os veículos de comunicação;
- V - instituir e coordenar o funcionamento dos comitês temáticos previstos no parágrafo único do art. 4º e aprovar, no âmbito desses comitês, os pedidos de patrocínio;
- VI - proporcionar informações sistemáticas que orientem a escolha, a oportunidade e o enfoque de temas suscetíveis de ações de imprensa, relações públicas e publicidade dos órgãos e entidades;
- VII - promover avaliações sistemáticas dos resultados das ações de comunicação social e do desempenho das empresas contratadas para prestar serviços de publicidade.

**Art. 8º** Cabe aos órgãos setoriais e às unidades dos órgãos e entidades de que trata o *caput* do art. 4º:

I - elaborar e submeter seus PAC à Secretaria de Estado de Comunicação Social – SECOM;

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

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

IV - submeter à SECOM, ainda na fase de planejamento, as ações de propaganda de utilidade pública e institucional e as ações de promoção institucional que envolva veiculação;

V - adotar as providências necessárias para que as atividades previstas no art. 7º sejam realizadas de modo harmônico e dentro dos prazos e das condições estabelecidas;

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. 9º** Serão submetidos previamente à aprovação da Secretaria de Estado de Comunicação Social:

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

II - a contratação dos prestadores de serviços de assessoria de imprensa e de relações públicas.

**Art. 10** Toda ação publicitária realizada pelo Poder Executivo Estadual será executada por intermédio de agência de propaganda.

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

I - as ações de promoção definidas em instruções normativas;

II - a publicidade legal feita nos veículos de comunicação oficiais da União e do Estado.

**§ 2º** A publicidade legal não enquadrada no inciso II do parágrafo anterior será distribuída pela SECOM, nos termos da lei, ou mediante delegação desta, pelas agências de propaganda contratadas pelo Estado, observadas as instruções da Secretaria de Estado de Comunicação Social.

**Art. 11** A contratação de agências de propagandas obedecerão além da legislação em vigor, às disposições deste Decreto, às normas e às instruções expedidas pela SECOM e aos regulamentos específicos.

**Parágrafo único.** 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 Estadual direta e indireta e integrada, em sua maioria, por profissionais da área de comunicação social.

**Art. 12** Os titulares das unidades dos órgãos e entidades que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação social serão nomeados, designados e/exonerados de acordo com a legislação em vigor, após prévia e formal manifestação da SECOM.

**Parágrafo único.** Todos os Assessores de Imprensa serão subordinados funcionalmente a SECOM, independente de sua nomeação.

**Art. 13** As propostas orçamentárias referentes às ações de comunicação social que trata o art. 2º serão encaminhadas pela Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral à Secretaria de Estado de Comunicação Social, para análise e manifestação formal.

**Parágrafo único.** A Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral considerará os dados informados pelos integrantes dos órgãos e entidades, caso a Secretaria de Estado de Comunicação Social não se manifeste no prazo de 15 (quinze) dias.

**Art. 14** O disposto neste Decreto não exime de responsabilidade as autoridades constituídas dos órgãos e entidades, no tocante as suas competências e atribuições administrativas, financeiras e orçamentárias.

**Art. 15** Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 16** Fica revogado o Decreto nº 350, de 16 de abril de 2003.

Palácio Paiaguás, em Cuiabá, 16 de maio de 2008, 187º da Independência e 120º da República.

BLAIRO BORGES MAGGI  
Governador do Estado

EUMAR ROBERTO NOVACKI  
Secretário Chefe da Casa Civil

JOSÉ CARLOS DIAS  
Secretário de Estado de Comunicação Social