



INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 03/2025

Dispõe sobre os critérios, procedimentos e fluxos administrativos para a contratação de serviços de publicidade institucional no âmbito da Câmara Municipal de Francisco Beltrão.

CONSIDERANDO os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, conforme disposto no art. 37 da Constituição Federal;

CONSIDERANDO o dever de promover a divulgação de atos, programas, serviços e campanhas de interesse público;

CONSIDERANDO a necessidade de regulamentar os procedimentos de comunicação institucional para garantir transparência, finalidade educativa, informativa e de orientação social;

Art. 1º – Finalidade

Esta Instrução Normativa tem por finalidade estabelecer os princípios, critérios técnicos e o fluxo completo de procedimentos a serem observados na contratação de serviços de publicidade institucional pela Câmara Municipal de Francisco Beltrão, com o objetivo de assegurar legalidade, eficiência, impessoalidade, economicidade e transparência na aplicação dos recursos públicos.

TÍTULO I – DIRETRIZES GERAIS

Art. 2º – Princípios

Toda publicidade institucional deve:





I – Obedecer aos princípios constitucionais da Administração Pública (art. 37 da CF/88);

II – Ter finalidade exclusivamente informativa, educativa ou de orientação social;

III – Ser isenta de promoção pessoal de agentes públicos;

IV – Estar vinculada a ações efetivas da Câmara, já executadas ou em andamento;

V – Estimular a transparência da gestão e o controle social.

TÍTULO II – PLANEJAMENTO DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Art. 3º – Planejamento Estratégico da Comunicação

O planejamento deverá considerar:

- A necessidade institucional de comunicação com a sociedade;
- O público-alvo e o conteúdo da mensagem;
- Os meios mais adequados para a difusão;
- A viabilidade orçamentária.

Esse planejamento será formalizado por meio de um Plano de Comunicação Institucional ou Plano de Mídia, aprovado pelo Presidente da Câmara.

TÍTULO III – ETAPAS DO PROCESSO DE CONTRATAÇÃO

Art. 4º – Etapas do Processo de Aquisição

A contratação seguirá, as seguintes etapas detalhadas:

1. Identificação da Demanda

- **1.1 –** Elaboração de **Memorando ou Ofício** com solicitação formal de campanha ou ação de publicidade, dirigido ao Diretor Administrativo;





- **1.2** – Apresentação de **justificativa clara e objetiva** da necessidade de divulgação institucional, considerando interesse público;
- **1.3** – Indicação do **conteúdo da mensagem** institucional e respectivo **público-alvo** a ser alcançado;
- **1.4** – Definição preliminar da **abrangência geográfica** da campanha (local, regional ou nacional).

2. Consulta a Pesquisas de Mercado

- **2.1** – Análise de **pesquisas de audiência** de veículos de comunicação
- **2.2** – Consulta a **dados de circulação** e métricas de engajamento (no caso de meios impressos ou digitais);
- **2.3** – Verificação da **regularidade cadastral** dos veículos de comunicação.
- **2.4** – Compilação dos dados e **encaminhamento ao setor jurídico e administrativo** para fins de instrução processual.

4. Elaboração do Termo de Referência

- **4.1** – Redação detalhada do **objeto da contratação**, com descrição técnica clara;
- **4.2** – Especificação de **requisitos técnicos mínimos**, formatos de entrega, periodicidade e canais a serem utilizados;
- **4.3** – Definição de **critérios de avaliação de desempenho e indicadores de resultado** (ex: alcance, cliques, engajamento, audiência estimada);
- **4.4** – Estimativa orçamentária com base em cotações e parâmetros de mercado;
- **4.5** – Justificativa fundamentada para a escolha de veículos, quando aplicável, observando critérios de legalidade e eficiência.





5. Instrução e Formalização do Processo Administrativo

- **5.1** – Abertura de **processo administrativo específico**, com numeração própria;
- **5.2** – Inclusão obrigatória dos documentos:
 - Solicitação formal;
 - Plano de mídia;
 - Termo de Referência;
 - Análises técnicas e pareceres (jurídico e contábil);
- **5.3** – Definição da **modalidade de contratação**:
 - Licitação (quando houver pluralidade de ofertantes);
 - Inexigibilidade (quando houver inviabilidade de competição, devidamente justificada e fundamentada);

6. Contratação e Execução

- **6.1** – Formalização por meio de **contrato**.
- **6.2** – Nomeação formal de **fiscal do contrato**, com ciência das atribuições legais;
- **6.3** – Acompanhamento da execução contratual, com **registros periódicos** da prestação dos serviços e entrega das mídias veiculadas.

7. Fiscalização

- **7.1** – Coleta e análise de **provas materiais das veiculações**:
 - Prints, vídeos, áudios, certificados de veiculação, relatórios das plataformas;
- **7.2** – Verificação do **cumprimento do contrato**: prazos, formatos, abrangência e resultados esperados;





- **7.3** – Registro de **eventuais inconformidades** e adoção de medidas administrativas, se necessário.

8. Prestação de Contas e Arquivamento

- **8.1** – Apresentação de **notas fiscais**, com identificação clara do objeto contratado;
- **8.2** – Anexação de todos os documentos comprobatórios (provas de veiculação, relatórios, notas) no **sistema eletrônico da Câmara Municipal**;
- **8.3** – Arquivamento do processo completo no setor competente, observando os prazos legais de guarda e disposição da legislação arquivística.

TÍTULO IV – DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 5º Toda publicidade deverá conter, de forma visível e proporcional, a identificação oficial da Câmara Municipal de Francisco Beltrão, conforme padrão visual aprovado.

Art. 6º Fica vedada a veiculação de qualquer peça publicitária que contenha menção ou promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, sob pena de responsabilização funcional, civil e penal.

Art. 7º Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Francisco Beltrão – PR, 08 de Agosto de 2025.

Camila Antunes dos Santos

Coord. Controle Interno

