

XIII - Frequência: número de vezes em que uma pessoa é exposta ou tem a oportunidade de ser exposta, à mensagem publicitária, num determinado período de tempo;

XIV - Frequência Eficaz: número ideal de vezes que a peça publicitária precisa ser veiculada para comunicar a mensagem de forma completa e obter a lembrança junto a determinado(s) público(s)-alvo;

XV - Afinidade: coeficiente entre a audiência de determinado veículo ou programação junto a um *target* específico e a audiência do mesmo junto ao total de indivíduos (público-alvo de referência);

XVI - TRP (*Target Rating Points*) - Pontos de Audiência no *Target*: a somatória dos índices de audiência das inserções de uma programação junto ao público-alvo seja em pontos de audiência ou quantidade de pessoas impactadas;

XVII - GRP (*Gross Rating Points*) - Pontos de Audiência Bruta: trata-se da somatória dos índices de audiência das inserções de uma programação, seja em pontos de audiência ou total de pessoas impactadas;

XVIII - Impactos: é o total de GRP ou TRP em números absolutos, que representa a quantidade de vezes que determinada programação foi assistida, independentemente de duplicação;

XIX - Tiragem: o total de exemplares impressos de uma revista ou jornal;

XX - Circulação: o total de exemplares de uma revista ou jornal que foi vendido/distribuído;

XXI - Ponto de Audiência: índice referente a 1% do universo de audiência da amostra.

XXII - CPM (custo por mil): custo, em moeda corrente, necessário para atingir mil pessoas por programa, título ou programação (Custo/Pessoas x 1000 = CPM);

XXIII - CPP (custo por ponto): custo, em moeda corrente, necessário para atingir um ponto de audiência por meio de um determinado programa;

XXIV - CPC (custo por clique): valor final cobrado por um clique em determinada peça publicitária veiculada na internet;

XXV - Penetração dos Meios: percentual de consumo dos meios de comunicação considerando-se determinado público-alvo, período e praça;

XXVI - Comercialização não Exclusiva: opera-se quando determinado espaço ou tempo publicitário é comercializado por mais de um veículo no mercado;

XXVII - Informe Publicitário ou *Publieditorial*: trata-se de mensagem publicitária, de matéria paga com características de reportagem, com o objetivo de integrar-se plenamente ao veículo de comunicação e divulgação que está inserido e, assim, agregar a credibilidade inerente aos textos jornalísticos.

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 8, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2014

Disciplina a implantação e a gestão da Identidade Padrão de Comunicação Digital das propriedades digitais dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM), no uso da competência que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal e em cumprimento ao art. 2º, parágrafo único, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, resolve:

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Seção I Do objeto e do âmbito de aplicação

Art. 1º Esta Instrução Normativa disciplina a implantação e a gestão da Identidade Padrão de Comunicação Digital das propriedades digitais de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, prevista no art. 3º, inciso I, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008.

Art. 2º O disposto nesta Instrução Normativa se aplica aos órgãos e entidades da administração federal que mantenham ou venham a manter sítios ou portais nos domínios do Poder Executivo federal, perfis nas redes sociais, aplicativos e demais propriedades digitais.

Parágrafo único. É facultado o uso dos elementos da Identidade Padrão de Comunicação Digital às empresas públicas e sociedades de economia mista e obrigatória a utilização da barra de identidade visual do Governo Federal na internet em todos os casos.

Art. 3º As propriedades digitais dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal serão consideradas adequadas à Identidade Padrão de Comunicação Digital quando estiverem de acordo com o disposto nesta Instrução Normativa e no Manual de Diretrizes de Comunicação Digital do Governo Federal, acessível no sítio da SECOM na internet, que orientará cada elemento integrante da referida Identidade.

Seção II

Dos conceitos aplicados aos termos técnicos utilizados

Art. 4º Para fins desta Instrução Normativa, considera-se:

I - Comunicação digital: a ação de comunicação que consiste na convergência de conteúdo, mídia, tecnologia e dispositivos digitais para acesso, troca e obtenção de informações, em ambiente virtual, de órgãos e entidades do Poder Executivo federal com a sociedade ou com públicos específicos;

II - Propriedades digitais: os sítios, os portais, os perfis nas redes sociais, os aplicativos e os serviços acessados por dispositivos eletrônicos;

III - Identidade Padrão de Comunicação Digital: o conjunto de diretrizes, orientações, padrões e modelos a serem aplicados em portais institucionais, ambientes funcionais, redes sociais, aplicativos e outras propriedades digitais;

IV - Domínio: o nome atribuído a determinado endereço no Sistema de Nomes de Domínios (DNS), registrado diretamente sob um dos Domínios de Primeiro Nível (DPN) definidos pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br);

V - Web: o sistema de documentos de hipertexto interligados e acessíveis via internet;

VI - Página: conteúdo visual e navegável acessado por intermédio de Localizador de Recursos Unificado (URL) disponibilizado na internet;

VII - Sítio: o conjunto de páginas que disponibiliza informações e/ou serviços sob a responsabilidade de um gestor de sítio que se pode classificar em portal, sítio institucional, sítio de plano ou programa e ambiente funcional, conceituados nos seguintes termos:

a) Portal - sítio que agrega informações e serviços de outros sítios, viabilizando acesso centralizado;

b) Sítio institucional - sítio que contém informações relativas a órgão ou entidade específico, tanto informações institucionais como informações e serviços de sua competência;

c) Sítio de plano ou programa - sítio independente que disponibiliza informações e serviços referentes a um plano ou programa específico. Esta forma de sítio independente é aplicada quando a gestão do plano ou programa é feita por mais de um órgão ou quando o plano ou programa possui conteúdo extenso, atualização frequente e perfis próprios em redes sociais;

d) Página de destaques - página criada com a finalidade de divulgação de mensagens institucionais, de utilidade pública e para ampliar a divulgação de um tema ou evento de caráter temporário;

e) Ambiente funcional - sítio específico ou seção no sítio institucional que oferece prestação de serviços como consulta de dados e realização de transações, com a possibilidade de área acessível por meio de usuário e senha, bem como o sítio que se apresenta como guia ou catálogo para identificar listas de aplicações ou sistemas;

VIII - Serviço eletrônico: os serviços prestados à sociedade ou à própria Administração por meios digitais, integralmente ou de forma parcial, com finalização presencial;

IX - Unidade responsável: a unidade do órgão ou entidade do Poder Executivo federal à qual pertence um domínio, sítio, serviço eletrônico, perfil em rede social ou aplicativo;

X - Responsável por domínio: o servidor público federal responsável pela área à qual determinado domínio está vinculado;

XI - Gestor de propriedade digital: o servidor federal ocupante de cargo público efetivo ou em comissão e o servidor temporário ou militar que atuam em órgão ou entidade da administração pública federal direta ou indireta, de notório saber e experiência em comunicação pública e gestão de propriedade digital.

XII - Redes sociais: as estruturas sociais digitais compostas por pessoas físicas ou jurídicas conectadas por um ou vários tipos de relações;

XIII - Perfil em redes sociais: a conta do órgão ou entidade, do projeto ou do programa em redes sociais digitais;

XIV - Aplicativos: as soluções de software, com finalidades funcionais definidas e disponibilizadas para instalação em dispositivos próprios de usuários;

XV - Barra padrão: elemento gráfico que agrupa botões, ícones ou outros elementos com funções definidas que permite o acesso mais rápido às informações buscadas pelo interessado, geralmente localizado na parte superior da página, comum a todas as páginas que compõem um sítio;

XVI - Vocabulário Controlado do Governo Eletrônico (VC-GE): vocabulário controlado para indexar informações (documentos, bases de dados, sites, etc.) no governo federal projetado com os objetivos básicos de interface de comunicação com o cidadão e ferramenta de gestão. Como interface de comunicação com o cidadão ele deve indexar as informações de governo de uma forma simples e entendível. Como ferramenta de gestão ele deve ajudar aos gestores a gerenciarem suas informações.

XVII - Padrões de Interoperabilidade de Governo Eletrônico (ePING): define um conjunto mínimo de premissas, políticas e especificações técnicas que regulamentam a utilização da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) no governo federal, estabelecendo as condições de interação com os demais Poderes e esferas de governo e com a sociedade em geral.

XVIII - Padrões Web em Governo Eletrônico (ePWG): são recomendações de boas práticas agrupadas em formato de cartilhas com o objetivo de aprimorar a comunicação e o fornecimento de informações e serviços prestados por meios eletrônicos pelos órgãos do Governo Federal.

XIX - Modelo de Acessibilidade de Governo Eletrônico (eMAG): conjunto de recomendações a ser considerado para que o processo de acessibilidade dos sítios e portais do governo brasileiro seja conduzido de forma padronizada e de fácil implantação.

XX - Manual de Diretrizes de Comunicação Digital do Governo Federal: o conjunto de regras e princípios que orientarão a aplicação dos elementos de comunicação digital pelos órgãos e entidades do Poder Executivo federal.

§ 1º O ambiente funcional, previsto na alínea 'e' do inciso VII deste artigo, poderá ser apresentado na totalidade de um sítio ou como parte de um sítio institucional.

§ 2º Caberá ao Secretário-Executivo da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República aprovar a edição e as atualizações do Manual previsto no inciso XVI deste artigo.

CAPÍTULO II DA IDENTIDADE PADRÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Seção I Dos objetivos e instrumentos da identidade padrão de comunicação digital

Art. 5º São objetivos da Identidade Padrão de Comunicação Digital:

I - qualificar a comunicação mediante a padronização da experiência de uso, de forma a permitir que o cidadão encontre e utilize, com mais facilidade, informações sobre políticas públicas, equipamentos e serviços oferecidos pelo Governo Federal;

II - padronizar propriedades e soluções digitais com o fim de alinhar a estratégia de comunicação e informação dos órgãos e entidades, centrada no cidadão;

III - garantir o acesso a todos os interessados, independentemente da forma ou dispositivo de conexão, assegurando a acessibilidade digital e o acesso ubíquo.

Art. 6º São instrumentos necessários para concretizar a Identidade Padrão de Comunicação Digital, entre outros:

I - barra padrão;

II - modelos de sítios;

III - módulos;

IV - manuais.

Parágrafo único. Os instrumentos previstos neste artigo serão disponibilizados aos órgãos e entidades, em seções específicas no sítio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e no Portal do Programa de Governo Eletrônico.

Seção II Dos princípios que norteiam a Identidade Padrão de Comunicação Digital

Subseção I Da economicidade

Art. 7º A Identidade Padrão de Comunicação Digital primará pela aplicação do princípio da economicidade, em decorrência do qual se recomenda a reutilização e a distribuição de funcionalidades já construídas, sempre que possível.