



**PREFEITURA DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**  
**ESTADO DE SÃO PAULO**

*São Roque - Terra do Vinho e Bonita por Natureza*

**MENSAGEM N.º 07/2021**  
**De 18 de janeiro de 2021**

Senhor Presidente,

Tenho a honra de encaminhar à apreciação de Vossa Excelência e dessa Nobre Câmara Municipal, o incluso projeto de lei que **dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Municipal e dá outras providências**.

Para contar a história da civilização humana, os livros trazem a narrativa dividida em séculos, períodos e cada povo tem o seu próprio capítulo.

Destaco que a simbologia dos diferentes governos é importante para analisar como, em diferentes períodos da história, os governantes promoveram a legitimação de novas políticas em relação as anteriores.

A construção dos símbolos da pátria, no Brasil, ajudou a criar a identidade brasileira, usando cores, símbolos, palavras e ideias. É importante contextualizar que a criação de símbolos nacionais se deu no século 19, durante o Governo Imperial, visando reforçar as ideias do então novo governo, que deixava de ser uma colônia do Reino de Portugal e tornava-se a sede do Império Português. Assim, a bandeira imperial, o brasão imperial, a bandeira nacional e o Hino Nacional podem ser destacados como exemplos.

No âmbito federal, desde a redemocratização, os governos brasileiros se utilizaram de slogan para personalizar o novo governo. Eis a análise retirada do sítio eletrônico "nova escola":

- "Brasil novo": apesar da logo do governo Collor (1991-1992) não conter um slogan, o presidente tentou estabelecer a ideia de um "Brasil novo", prometendo afastar a corrupção das diversas esferas, inclusive a política.

- "Brasil, a união de todos": o slogan usado por Itamar Franco (1992-1994), que assumiu o governo após o impeachment de Collor, era uma manifestação que homenageava o povo. Pela primeira vez, o país tirava do poder um presidente acusado de corrupção.

- "Trabalhando por todo o Brasil": o lema do governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) se relacionava com o plano "Avança, Brasil", de geração de empregos e estabilidade da moeda.

- "Brasil: um país de todos": o slogan acompanhou o presidente Lula (2003-2011) durante seus dois mandatos e tinha como foco destacar a inclusão social. Os programas sociais foram carro-chefe da gestão dele. Na logo também é possível notar que as cores fogem do padrão da bandeira. A diferença de cores, faz referência à mestiçagem da população.

- "País rico é país sem pobreza": enfatiza a necessidade da erradicação da pobreza. O lema foi tema do primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014). O logo dá continuidade à tipografia de Lula, mas retorna às cores verde e amarela referentes aos símbolos nacionais destacados no plano.



**PREFEITURA DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**  
**ESTADO DE SÃO PAULO**

*São Roque – Terra do Vinho e Bonita por Natureza*

- “Brasil, Pátria Educadora”: foi o lema do segundo mandato de Dilma (2015-2016) e indica que a prioridade seria a Educação. Além disso, Dilma afirmou que o slogan faz referência a buscar “em todas as ações do governo, um sentido formador, uma prática cidadã, um compromisso de ética e um sentimento republicano”.

- “Ordem e progresso”: o governo interino Temer utiliza o mesmo lema da bandeira nacional. A logo delimita as cores verde e amarela apenas na faixa do logo (na bandeira, a faixa é branca e as letras pretas) e a cor azul é predominante. A identidade visual gerou polêmica em sua primeira versão em que apresentava apenas 22 estrelas, cinco a menos que a da atual bandeira brasileira. O número de estrelas era o mesmo usado durante o período da Quarta República (1946-1964) e da Ditadura Militar (1964–1985). O logo foi refeito trazendo 27 estrelas.

Atento que as informações acima, referentes a diferentes identidades de diferentes governos, em nenhum momento deixam de lado as características do Brasil. Repare que a história está preservada e fortalecida em cada um dos slogans.

Nossa cidade, assim como todo o País, passa por momento de transformação. A expansão econômica que se aproxima trará inúmeras mudanças a São Roque, e dentre destas mudanças muitas oportunidades.

Agora, precisamos aproveitar as oportunidades de crescimento. Para isso, apresentamos à esta casa projeto de lei que permite que o município possa desfrutar do uso da comunicação a favor de seu crescimento, orientação e esclarecimento a toda a população.

São Roque deve buscar visibilidade em setores de investimentos para o desenvolvimento de tecnologias, fortalecer as atividades turísticas. Tudo com garantia de que cada vez mais seremos reconhecidos por nossas tradições, cultura e capacidade de nos adaptar as mudanças para que a cidade seja sempre uma liderança regional, referência e orgulho do Estado de São Paulo e do Brasil.

Ao ensejo, reitero à Vossa Excelência e demais membros dessa Augusta Casa meus protestos de elevado apreço e distinta consideração, **requerendo para este projeto de lei os benefícios da tramitação sob regime de urgência**, nos termos do art. 191, inciso II e art. 195, do Regimento Interno dessa Augusta Casa de Leis.

  
**MARCOS AUGUSTO ISSA HENRIQUES DE ARAÚJO**  
**PREFEITO**

**Ao Exmo. Sr.**  
**Julio Antônio Mariano**  
**DD. Presidente da Egrégia Câmara Municipal de**  
**São Roque – SP**



**PREFEITURA DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**  
**ESTADO DE SÃO PAULO**

*São Roque – Terra do Vinho e Bonita por Natureza*

**PROJETO DE LEI N.º 07/2021**  
**De 18 de janeiro de 2021**

**Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Municipal e dá outras providências.**

O Prefeito da Estância Turística de São Roque, no uso de suas atribuições legais,

Faço saber que a Câmara Municipal da Estância Turística de São Roque decreta e eu promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º As ações de comunicação do Poder Executivo Municipal de São Roque serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto nesta Lei e terão como objetivos principais:

I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Municipal;

II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;

III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;

IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e

V - promover a cidade de São Roque.

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas nesta Lei, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

I - afirmação dos valores e princípios da Constituição;

II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;

III - preservação da identidade municipal;

IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

Guilb



**PREFEITURA DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**  
**ESTADO DE SÃO PAULO**

*São Roque - Terra do Vinho e Bonita por Natureza*

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

XII - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

XIII - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades dos governos federal, estaduais e municipais na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

XIV - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;

XV - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XVI - difusão de boas práticas na área de comunicação.

Art. 3º São espécies de publicidade

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover a cidade de São Roque fora da urbe;

II - 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 objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

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

IV - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Art. 4º Fica autorizada a criação e utilização de marca do governo municipal, através de elementos impessoais, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Parágrafo único. As ações de publicidade referidas no "caput", realizadas nos limites desta urbe ou no exterior, serão obrigatoriamente identificadas de acordo com o Manual de Uso da Marca do Governo Municipal, quando

*Art. 3º*



**PREFEITURA DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**  
**ESTADO DE SÃO PAULO**

*São Roque - Terra do Vinho e Bonita por Natureza*

se tratar de Publicidade de Utilidade Pública, de Publicidade Institucional e de Publicidade Mercadológica vinculada a políticas públicas do Poder Executivo;

governo:

Art. 5º É proibido utilizar slogan, logotipo ou marca de

legislativo;

I – nas fachadas edifícios-sede dos poderes executivo e

II – nos papéis de expediente e nas publicações oficiais.

Art. 6º As despesas eventualmente decorrentes da presente Lei e da execução do convênio correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 7º Fica mantida a utilização da frase "São Roque - a Terra do Vinho e Bonita por Natureza" nos papéis de expediente.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando expressamente a Lei nº 3.054, de 7 de maio de 2007 e Lei nº 3.583 de 02 de março de 2011.

**PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SÃO ROQUE, 18/01/2021**

  
**MARCOS AUGUSTO ISSA HENRIQUES DE ARAÚJO**  
**PREFEITO**