SECRETARIA MUNICIPAL DE
PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO

PALMAS
PREFEITURA

# PLANO DE COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO SOCIAL

## REVISÃO DO PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO DE PALMAS (LEI Nº400/2018)

2026

## PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS

**EDUARDO SIQUEIRA CAMPOS**
Prefeito de Palmas

## SECRETARIA MUNICIPAL PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

## COORDENAÇÃO GERAL

**ISRAEL HENRIQUE DE MELO SOUSA**
Secretário de Planejamento e Desenvolvimento Urbano

**LÚCIO MILHOMEM CAVALCANTE PINTO**
Secretário Executivo de Planejamento Urbano

## COORDENAÇÃO TÉCNICA

**LÚCIO MILHOMEM CAVALCANTE PINTO**
Secretário Executivo de Planejamento Urbano

**ROBSON FREITAS CORREA**
Secretário Executivo de Desenvolvimento Urbano

## SUPERINTENDÊNCIA DE PROJETOS URBANÍSTICOS

**ANA CAROLINA DE SOUZA GRATÃO VIANA**
Superintendente de Projetos Urbanísticos

## EQUIPE TÉCNICA - PORTARIA 288/2026

**ABELSON RIBEIRO**
Assessor de Comunicação

**SAMUEL CUNHA**
Jornalista

**DANIELA AMORIM LIMA**
Advogada

**DANIELA DA ROCHA FIGHERA**
Arquiteta e Urbanista

**FREDERICO COLI MENDES**
Engenheiro Civil

**GABRIELA LEAL SILVA**
Arquiteta e Urbanista

**LAZARO GOMES DE SOUSA**
Economista

**MARCUS VINICIUS MENDES BAZONI**
Diretor de Implantação

**PAULA SANTOS DE OLIVEIRA MAÇARANDUBA**
Arquiteta e Urbanista

**RICARDO SAMARONY DUARTE DA SILVA**
Geógrafo

**TATIANE G. BRITO COSTA**
Engenheira Ambiental

**VANESSA CHAGAS MITT SILVA**
Arquiteta e Urbanista

## COLABORADORES

**ALICE RIBEIRO VELOSO**
Estagiária

**BRUNO PHILIPE FERREIRA DA SILVA**
Estagiário

GABINETE DA SECRETARIA EXECUTIVA DE PLANEJAMENTO URBANO

DIRETORIA DE MONITORAMENTO

DIRETORIA DE PROJETOS URBANÍSTICOS

DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO


https://www.palmas.to.gov.br/
gabinete.sedusr@palmas.to.gov.br
Endereço: ACSE 1 – Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial, Lote 28 A - 6º Andar – CEP: 77.006-014

**SUMÁRIO**

**1. JUSTIFICATIVA**
**2. OBJETIVOS**
**2.1 GERAL**
**2.2 ESPECÍFICOS**
**3. PÚBLICO ALVO**
**3.1 POPULAÇÃO EM GERAL**
**3.2 SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA**
**3.3 SETOR PRODUTIVO**
**3.4 INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA**
**3.5 PODER PÚBLICO**
**4. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO**
**4.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL**
4.1.1 PORTAL DA REVISÃO DO PLANO DIRETOR
4.1.2 REDES SOCIAIS
4.1.3 VIDEOCONFERÊNCIAS E TRANSMISSÕES AO VIVO
**4.2 COMUNICAÇÃO VISUAL**
4.2.1 MATERIAL GRÁFICO
4.2.2 PAINÉIS E BANNERS
4.2.3 MATERIAIS PROMOCIONAIS
**4.3 COMUNICAÇÃO VERBAL**
4.3.1 ENCONTROS COMUNITÁRIOS E OFICINAS
**5. IDENTIDADE VISUAL**
**5.1 DIRETRIZ PRINCIPAL**
**5.2 CONCEITO DA MARCA**
**5.3 APLICAÇÃO DA MARCA**
**5.4 IDENTIDADE VISUAL DOS EIXOS TEMÁTICOS**
5.4.1 MEIO AMBIENTE, MUDANÇAS CLIMÁTICAS E RESILIÊNCIA URBANA
5.4.2 DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E URBANO
5.4.3 GOVERNANÇA, GESTÃO E FINANÇAS PÚBLICAS
5.4.4 INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS PÚBLICOS

5.4.5 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

**5.5 UNIDADE E RECONHECIMENTO**

**6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## 1. JUSTIFICATIVA

O Plano Diretor é o principal instrumento de ordenamento territorial do Município de Palmas. Ele orienta o uso e a ocupação do solo com o objetivo de promover o bem-estar coletivo e o desenvolvimento urbano sustentável. Conforme estabelece o Estatuto da Cidade (Lei Federal nº 10.257/2001), sua revisão periódica é obrigatória e deve ocorrer de forma participativa, com a presença do Poder Público e da sociedade civil.

Nesse contexto, o Plano de Comunicação e Mobilização Social constitui um instrumento estratégico complementar ao Plano de Trabalho da Revisão do Plano Diretor. O documento define diretrizes, objetivos, estratégias e ferramentas para assegurar a ampla divulgação das ações, a transparência das informações e, sobretudo, a participação qualificada da população palmense. A comunicação assume, assim, papel fundamental na democratização do planejamento urbano. Seu propósito ultrapassa a simples divulgação de informações e busca estimular o diálogo, a corresponsabilidade e a construção coletiva das diretrizes para o futuro da cidade.

A Resolução nº 25, de 18 de março de 2005, do Conselho das Cidades, recomenda que a elaboração, a implementação e a execução do Plano Diretor ocorram de forma participativa, nos termos dos arts. 40, § 4º, e 43 do Estatuto da Cidade. A norma também determina que a coordenação desse processo seja compartilhada entre o Poder Público e a sociedade civil, com participação efetiva de ambos desde a elaboração do plano até a definição dos mecanismos de tomada de decisão, conforme o art. 3º, § 1º, da referida Resolução.

Diante da importância da comunicação para a efetivação da participação social e para o cumprimento dos objetivos da Revisão do Plano Diretor de Palmas, a Assessoria Especial de Comunicação da Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento Urbano elaborou este Plano de Comunicação e Mobilização Social. Este documento reúne ações integradas de comunicação digital e impressa e complementa o Plano de Trabalho com diretrizes específicas para a divulgação das informações, a mobilização da população e o fortalecimento da participação social ao longo da revisão.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 GERAL

Garantir a ampla, transparente e efetiva divulgação do processo de Revisão do Plano Diretor, mobilizando a sociedade palmense para que participe ativamente da construção das diretrizes que orientarão o desenvolvimento do município.

### 2.2 ESPECÍFICOS

Informar a população sobre a importância do Plano Diretor, os motivos de sua revisão e os impactos diretos em sua qualidade de vida.

Incentivar a participação da população em todas as etapas do processo, especialmente em audiências públicas, encontros comunitários e reuniões temáticas.

Democratizar o acesso à informação sobre o andamento da revisão, utilizando linguagem clara e acessível, e fortalecer canais de diálogo entre o poder público e a sociedade.

Consolidar a identidade visual da campanha de Revisão do Plano Diretor, criando uma marca forte e reconhecível que una os diversos eixos temáticos do debate.

Promover a transparência e a prestação de contas, registrando e divulgando os resultados de cada etapa do processo.

## 3. PÚBLICO ALVO

A campanha é direcionada a toda a população de Palmas, segmentada de acordo com as especificidades de cada ação de comunicação:

### 3.1 POPULAÇÃO EM GERAL

Moradores de todos os bairros, setores e distritos (Taquaralto, Taquari, Buritirana, Taquaruçu, etc.).

### 3.2 SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA

Associações de bairro, entidades de classe, sindicatos, organizações não governamentais (ONGs), conselhos profissionais e movimentos sociais.

### 3.3 SETOR PRODUTIVO

Empresários do comércio, indústria, agronegócio e setor imobiliário.

### 3.4 INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA

Instituições de Ensino Superior (IES), centros de pesquisa e estudantes e professores de áreas como arquitetura, urbanismo, engenharia e

direito.

### 3.5 PODER PÚBLICO

Gestores e servidores das diversas secretarias municipais envolvidas, além de representantes do Poder Legislativo e do Ministério Público.

## 4. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

A metodologia de comunicação adotada é integrada e multicanal, pois combina ações digitais e físicas para alcançar diferentes perfis e garantir a capilaridade da informação.

### 4.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL

#### 4.1.1 PORTAL DA REVISÃO DO PLANO DIRETOR

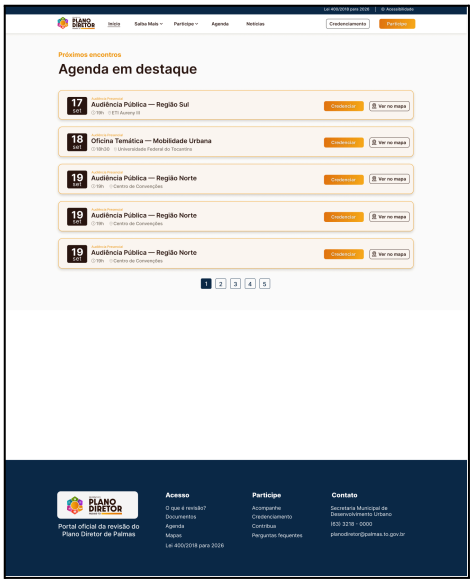
O Portal da Revisão do Plano Diretor (Figura 1), disponível no endereço planodiretor.palmas.to.gov.br, será o principal canal institucional de informação, transparência e participação social da revisão. A plataforma deverá receber a nova identidade visual e concentrar conteúdos atualizados sobre o desenvolvimento dos trabalhos, incluindo o Plano de Trabalho, o cronograma de atividades (Figura 2), os produtos elaborados, como relatórios, diagnósticos e mapas (Figura 3), além de conteúdo textual explicativo sobre os eixos temáticos (Figuras 4 e 5).

Figura 1 - Projeto da Página Inicial



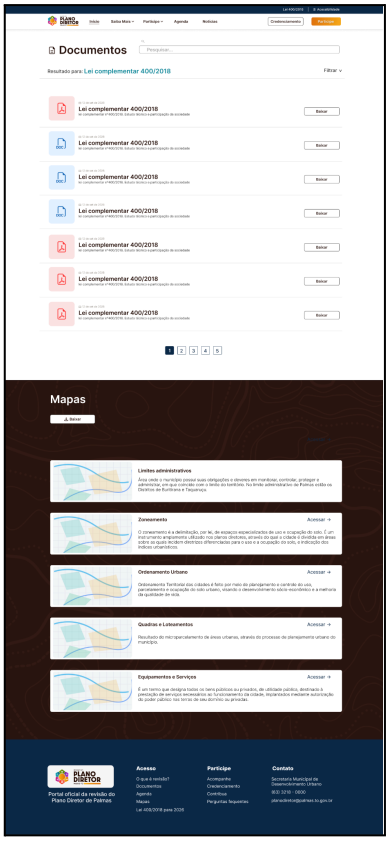

Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Figura 2 - Projeto da seção do cronograma




Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Figura 3 - Projeto da seção de Documentos e Mapas



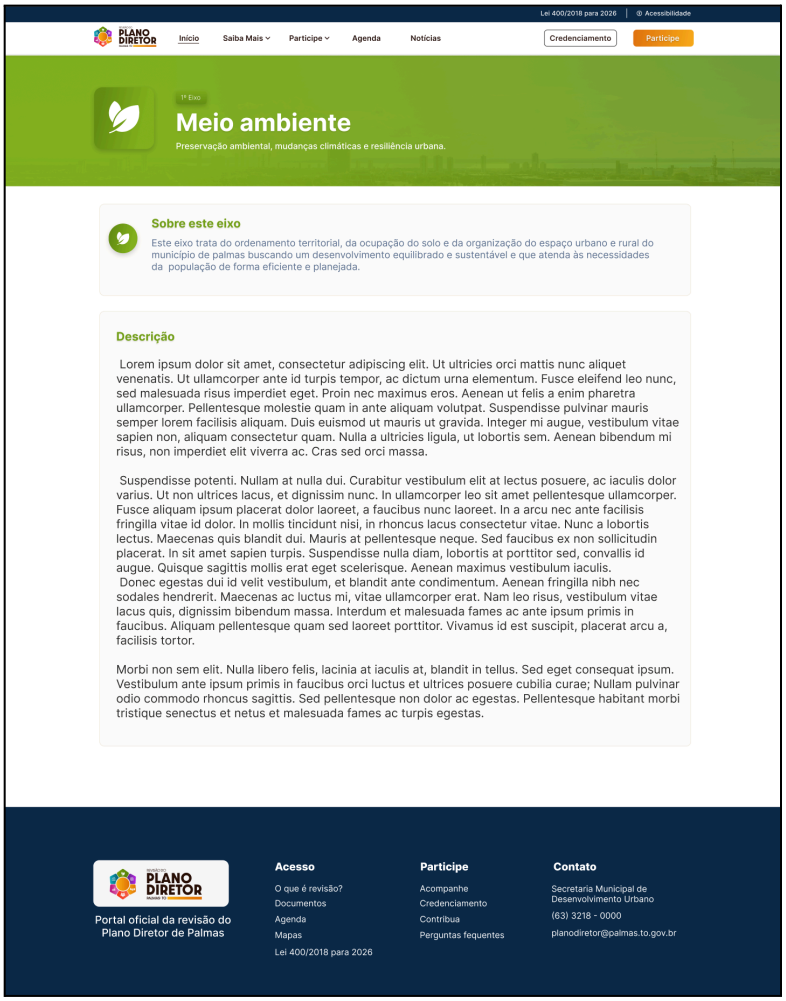

Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Figura 4 - Detalhe de seção da Página Inicial, com definições dos eixos temáticos




Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

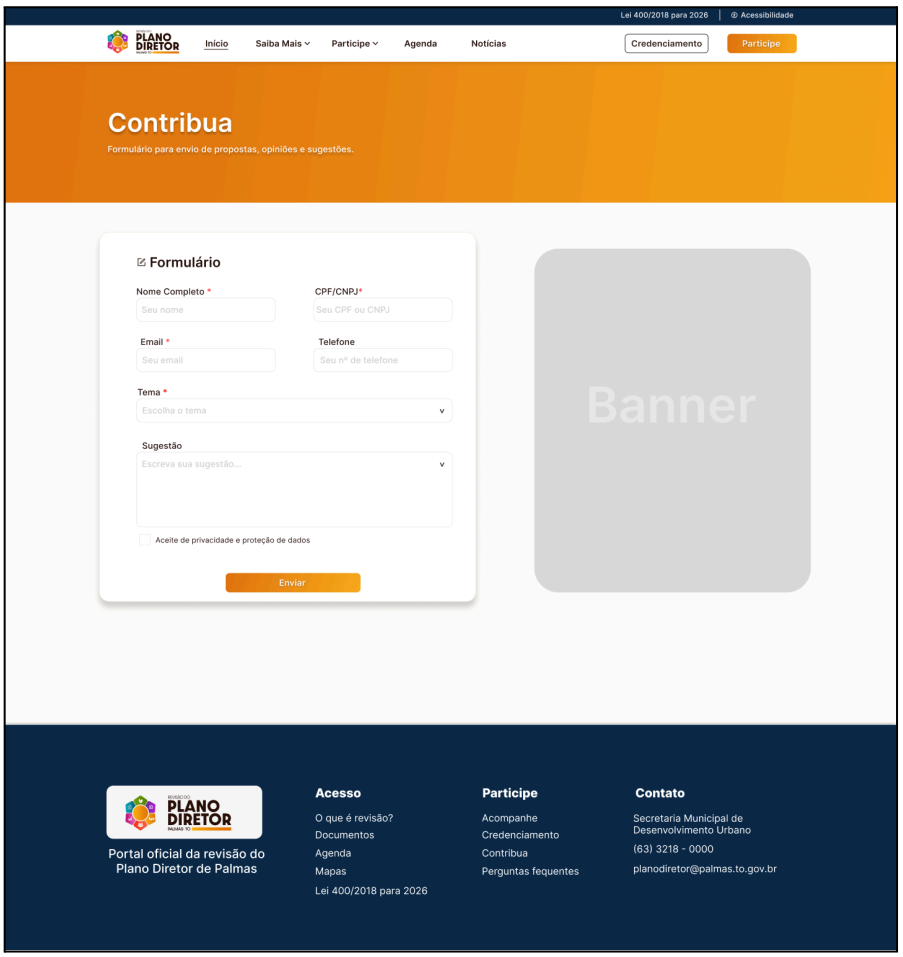
Figura 5 - Projeto de página para um eixo temático específico




Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

O portal deverá disponibilizar, ainda, uma Central de Participação, com canais para o envio de dúvidas, críticas, sugestões e contribuições da população, bem como formulários específicos para participação. A seção "Arquivo" será mantida como espaço de preservação dos documentos e informações referentes à revisão anterior, de modo a assegurar a memória institucional e a continuidade das informações. Como instrumento de transparência, o portal deverá publicar as atas de reuniões, audiências públicas e deliberações do Conselho Municipal de Desenvolvimento Urbano (CMDU).

Figura 6 - Projeto da Página de Contribuição




Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

### 4.1.2 REDES SOCIAIS

O Instagram será utilizado como canal de divulgação, mobilização e engajamento da população no processo de Revisão do Plano Diretor. A estratégia de conteúdo deverá contemplar as diferentes fases das atividades, com divulgação prévia de audiências públicas, encontros comunitários e reuniões temáticas, sempre com informações sobre data, horário, local e pauta, além do uso de recursos como contagens regressivas para ampliar a mobilização.

Durante a realização dos eventos, deverão ser priorizados registros em tempo real e, quando aplicável, transmissões ao vivo das audiências públicas, com o objetivo de ampliar o acesso às discussões e possibilitar o acompanhamento remoto pela população. Após cada atividade, deverão ser publicados conteúdos com os principais encaminhamentos, registros fotográficos e vídeos em formatos de maior alcance, como Reels.

A plataforma também será utilizada como ferramenta de educação urbanística, por meio de uma série de conteúdos explicativos sobre o Plano Diretor, seus atuais eixos temáticos, os instrumentos de planejamento urbano e a importância da participação social na construção das diretrizes para o desenvolvimento de Palmas.

As peças destinadas ao Instagram deverão seguir uma identidade visual padronizada, com aplicação de elementos gráficos comuns a cards, Stories, capas e demais formatos. A padronização deverá assegurar unidade à comunicação, facilitar o reconhecimento da campanha e fortalecer a identidade da Revisão do Plano Diretor nos diferentes conteúdos e momentos

do processo.

### 4.1.3 VIDEOCONFERÊNCIAS E TRANSMISSÕES AO VIVO

As plataformas YouTube e Instagram Live serão utilizadas para a transmissão de audiências públicas, seminários e demais atividades abertas relacionadas à Revisão do Plano Diretor. A iniciativa busca ampliar o alcance das ações de participação social e assegurar o acesso às discussões por parte da população que não possa comparecer presencialmente.

A realização das transmissões poderá utilizar smartphones instalados em tripés, como alternativa de baixo custo, desde que sejam asseguradas condições adequadas de imagem, áudio e conexão. Para atividades que exijam maior qualidade técnica, poderá ser adotado o suporte de produtora audiovisual especializada.

## 4.2 COMUNICAÇÃO VISUAL

### 4.2.1 MATERIAL GRÁFICO

Serão produzidos folders, cartilhas e panfletos como instrumentos complementares de divulgação e mobilização social da Revisão do Plano Diretor. Os materiais deverão utilizar linguagem simples, objetiva e acessível, com recursos visuais que facilitem a compreensão das principais informações sobre o processo. O conteúdo deverá abordar questões fundamentais, como o que é o Plano Diretor, por que ele está sendo revisado e de que forma a população pode participar.

A distribuição deverá ocorrer em pontos estratégicos de Palmas, como escolas, unidades de saúde, equipamentos de assistência social,

associações comunitárias e demais espaços de circulação da população, além das atividades presenciais relacionadas à revisão. Para ampliar o alcance e facilitar o acesso às informações, as versões digitais dos materiais deverão ser disponibilizadas em PDF no Portal da Revisão do Plano Diretor.

### 4.2.2 PAINÉIS E BANNERS

Painéis, banners e demais elementos de comunicação visual serão utilizados para reforçar a identidade da Revisão do Plano Diretor e conferir unidade à ambientação institucional das audiências públicas, reuniões, seminários e demais atividades presenciais. As peças deverão apresentar a logomarca, o slogan da campanha e a identificação dos cinco eixos temáticos, de forma clara e padronizada, contribuindo para o reconhecimento da iniciativa e a compreensão de seus principais temas.

### 4.2.3 MATERIAIS PROMOCIONAIS

Camisetas, blocos de notas, ecobags e outros materiais institucionais poderão ser utilizados como instrumentos de mobilização e fortalecimento da identidade da campanha. A distribuição deverá ocorrer, prioritariamente, durante eventos abertos ao público e atividades de participação social, com o objetivo de ampliar o reconhecimento da Revisão do Plano Diretor e estimular o envolvimento dos participantes.

## 4.3 COMUNICAÇÃO VERBAL

### 4.3.1 ENCONTROS COMUNITÁRIOS E OFICINAS

Os encontros comunitários e as oficinas serão utilizados como instrumentos de escuta, mobilização e participação social na Revisão do Plano

Diretor. As atividades deverão adotar metodologias participativas, com recursos como mapas, dinâmicas de grupo e painéis temáticos, a fim de registrar as percepções, demandas e propostas apresentadas pelas comunidades.

A realização das atividades deverá observar a regionalização definida no Plano de Trabalho, de modo a ampliar a participação e assegurar a representação das diferentes áreas do município, incluindo ARNES, ARNOS, ARSES, ARSOS, Aurenys, Taquaralto e Zona Rural, entre outras. A estratégia deverá considerar as características e demandas específicas de cada região para qualificar a escuta da população e subsidiar as etapas da revisão.

# 5. IDENTIDADE VISUAL

## 5.1 DIRETRIZ PRINCIPAL

A identidade visual constitui o elemento unificador da comunicação da Revisão do Plano Diretor e deverá orientar a produção de todas as peças e materiais da campanha. A adoção de uma identidade coesa tem como finalidade conferir unidade e reconhecimento institucional ao processo, facilitar a identificação das ações pela população e fortalecer o vínculo da sociedade com o planejamento do futuro de Palmas.

## 5.2 CONCEITO DA MARCA

A logomarca desenvolvida pela SECOM será o principal elemento de identificação da campanha. Seu conceito parte do mote “Planejar com equilíbrio e qualidade de vida”, e representa a ideia de uma cidade pensada de forma integrada, sustentável e participativa.

A composição visual reúne elementos associados à identidade territorial e urbana de Palmas. O girassol constitui o elemento central

da marca e utiliza suas pétalas para representar a diversidade dos temas contemplados pela Revisão do Plano Diretor. A forma circular presente na composição estabelece referência às rotatórias, elemento característico da estrutura viária de Palmas, e reforça os conceitos de conexão, integração e articulação territorial.

## 5.3 APLICAÇÃO DA MARCA

A marca deverá apresentar versões de Logo Vertical e Logo Horizontal, de modo a permitir sua utilização em diferentes formatos e suportes, sem comprometer sua integridade visual e simbólica. Sua aplicação deverá seguir critérios de padronização em todos os canais e materiais da campanha, incluindo portal, redes sociais, folders, banners, camisetas e demais peças institucionais.

A uniformidade das aplicações deverá fortalecer o reconhecimento da Revisão do Plano Diretor como iniciativa institucional do Município e assegurar unidade à comunicação ao longo de todas as etapas do processo.

## 5.4 IDENTIDADE VISUAL DOS EIXOS TEMÁTICOS

A comunicação visual deverá incorporar a divisão da revisão em cinco eixos temáticos, com o objetivo de facilitar a compreensão dos conteúdos e orientar a população durante as discussões. Cada eixo contará com uma cor e uma iconografia específica, que funcionarão como elementos de identificação e organização das informações.

Figura 7 - Logo da Revisão do Plano Diretor



Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

## 5.4.1 MEIO AMBIENTE, MUDANÇAS CLIMÁTICAS E RESILIÊNCIA URBANA

Figura 8 - Símbolo do 1º Eixo



Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Representado pela pétala verde, localizada na parte superior da composição, com o ícone branco de duas folhas. O eixo propõe a conciliação entre desenvolvimento e preservação ambiental, além de preparar a cidade para enfrentar eventos climáticos extremos e reduzir seus impactos sobre a população e o território.

## 5.4.2 DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E URBANO

Figura 9 - Símbolo do 2º Eixo



Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Representado pela pétala roxa, localizada na parte superior direita, com o ícone branco de um mapa dobrado. O eixo trata das formas de ocupação e utilização do território e orienta o crescimento urbano de maneira organizada, equilibrada e compatível com as características de cada região.

## 5.4.3 GOVERNANÇA, GESTÃO E FINANÇAS PÚBLICAS

Figura 10 - Símbolo do 3º Eixo

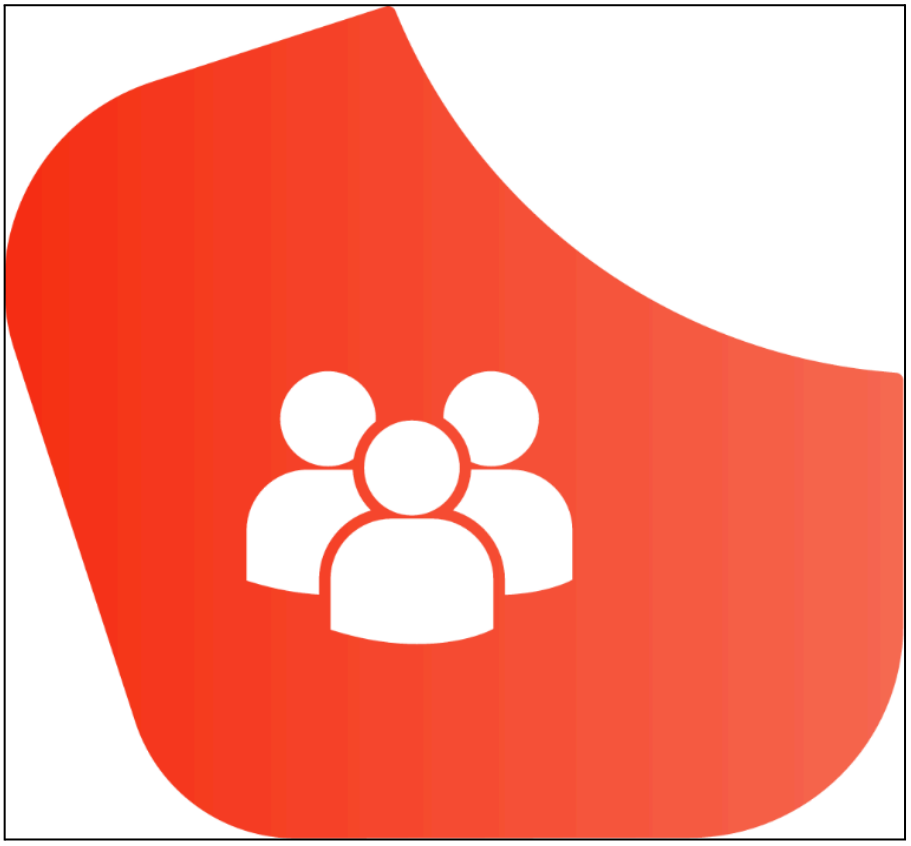


Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Representado pela pétala amarelo-alaranjada, localizada na parte direita, com o ícone branco de um aperto de mãos. O eixo reúne os instrumentos necessários para transformar o planejamento em ações, com foco na participação social, na transparência, na integração entre os órgãos públicos e na aplicação responsável dos recursos.

### 5.4.4 INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS PÚBLICOS

Figura 11 - Símbolo do 4º Eixo



Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Representado pela pétala vermelha, localizada na parte inferior, com o ícone branco de um grupo de três pessoas. O eixo considera a distribuição e o acesso da população a equipamentos e serviços públicos, como escolas, unidades de saúde, espaços culturais, áreas de esporte e lazer, segurança e assistência social.

## 5.4.5 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

Figura 12 - Símbolo do 5º Eixo



Fonte: Prefeitura de Palmas (2026)

Representado pela pétala magenta, localizada na parte inferior esquerda, com o ícone branco de um gráfico de barras com seta ascendente. O eixo busca estimular a geração de emprego, renda e oportunidades, valorizar as potencialidades locais e incentivar atividades econômicas compatíveis com a conservação ambiental e o desenvolvimento social.

## 5.5 UNIDADE E RECONHECIMENTO

A aplicação integrada da logomarca, do mote, das cores e da iconografia dos cinco eixos deverá assegurar unidade à comunicação e, ao mesmo tempo, permitir a identificação rápida de cada tema. O sistema visual deverá acompanhar todas as etapas da revisão, ampliar o reconhecimento da campanha, facilitar o acesso às informações e contribuir para o fortalecimento da participação social.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Plano de Comunicação e Mobilização Social é um documento vivo que deve ser monitorado e ajustado ao longo do processo de revisão, conforme as necessidades identificadas e as demandas da população.

Dessa maneira, e após acurada observação, o desenvolvimento das ações permite a adição de incrementos favoráveis ao conjunto de esforços de comunicação que conduzem as ações de publicidade institucional do município.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001.** Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências (Estatuto da Cidade). Diário Oficial da União: Brasília, DF, 11 jul. 2001.

BRASIL. Ministério das Cidades. Conselho das Cidades. **Resolução nº 25, de 18 de março de 2005.** Dispõe sobre a participação da população e de associações representativas dos vários segmentos da comunidade no processo de elaboração e revisão dos Planos Diretores. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 30 mar. 2005.