

Orientações para elaboração do item de informação “Informações sobre ações de publicidade e propaganda”

1. Este item deve compor o arquivo que tratará da seção CONFORMIDADE DA GESTÃO E DEMANDAS DOS ÓRGÃOS DE CONTROLE e tem por finalidade fornecer informações relevantes sobre os contratos de publicidade e propaganda firmados pela UPC no exercício.
2. As informações podem ser apresentadas com base no quadro a seguir, o qual deve ser complementado com dados referentes a contratos firmados com agências prestadoras de serviços de publicidade e propaganda (número, vigência, valores contratados e desembolsados), bem como de análise circunstanciada sobre os principais resultados das ações de publicidade e propaganda notadamente frente aos objetivos da unidade prestadora da conta.
3. Se a UPC tiver em sua estrutura a unidade central do sistema do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, deve dispor neste item, adicionalmente às informações referentes às despesas executadas diretamente, de dados globais sobre as despesas realizadas com publicidade no âmbito do Poder Executivo. De forma similar, caso a UPC tenha em sua estrutura unidade setorial do Sistema de Comunicação, deve dispor também dos dados setoriais concernentes.

Despesas com publicidade

Publicidade	Programa/Ação orçamentária	Valores empenhados	Valores pagos
Institucional			
Legal			
Mercadológica			
Utilidade pública			

DESCRIÇÃO DOS CAMPOS

Publicidade:

As informações referentes a gastos com publicidade devem ser apresentadas, segundo a seguinte classificação, a qual reproduz as orientações contidas na Instrução Normativa Secom nº 5, de 6 de junho de 2011:

Publicidade Institucional: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, 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 o Brasil no exterior;

Publicidade Legal: a que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Publicidade Mercadológica: a que se destina a lançar, modificar, reposicionar ou promover produtos e serviços de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal que atuem em relação de concorrência no mercado;

Publicidade de Utilidade Pública: a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida;

Programa/ação orçamentária – Números e denominações do programa e da ação orçamentária constantes da Lei Orçamentária cujas dotações comportaram despesas com publicidade.

Valores empenhados – Montante dos valores empenhados no exercício por tipo de publicidade, programa e ação.

Caso a UPC integre o orçamento de investimento ou o montante gasto com publicidade no exercício refira-se a valores inscritos em restos a pagar em exercícios anteriores, a coluna correspondente deve ser excluída do quadro;

Valores pagos – Montante dos valores pagos no exercício de referência do relatório de gestão por tipo de publicidade, programa e ação.

Caso os valores pagos no exercício sejam referentes a restos a pagar inscritos em exercícios anteriores, essa informação deve ser registrada em nota de rodapé no quadro.