



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 6.555, DE 8 DE SETEMBRO DE 2008.

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

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso das atribuições que lhe confere o art. 84, incisos IV e VI, alínea "a", da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 2º-B, incisos I e V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e no art. 8º, inciso VII, da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008,

DECRETA:

Art. 1º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- 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 o Brasil no exterior.

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, 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 nacional;
- 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;
- 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; e
- XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

Parágrafo único. Ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República poderá estabelecer diretrizes adicionais.

Art. 3º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal compreendem as áreas de:

- ~~I - Imprensa;~~
- ~~I - Comunicação Digital;~~ [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)
- I - comunicação digital; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)
- ~~II - Relações Públicas;~~
- ~~II - Comunicação Pública;~~ [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

II - comunicação pública; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

~~III - Comunicação Digital;~~

~~III - Promoção; [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

III - promoção; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

~~IV - Promoção;~~

~~IV - Patrocínio; [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

IV - patrocínio; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

~~V - Patrocínio; e~~

~~V - Publicidade, que se classifica em: [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

~~a) publicidade de utilidade pública; [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

~~b) publicidade institucional; [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

~~c) publicidade mercadológica; e [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

~~d) publicidade legal; [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

V - publicidade: [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

a) de utilidade pública; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

b) institucional; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

c) mercadológica; e [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

d) legal; e [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

~~VI - Publicidade, que se classifica em:~~

~~a) publicidade de utilidade pública;~~

~~b) publicidade institucional;~~

~~c) publicidade mercadológica; e~~

~~d) publicidade legal.~~

~~VI - Relações com a Imprensa; e [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)~~

VI - comunicação institucional: [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

a) relações com a imprensa; e [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

b) relações públicas: [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

1. assessoria e consultoria estratégica em marketing de relacionamento; [\(Incluído pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

2. posicionamento institucional; e [\(Incluído pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

3. *live marketing*. [\(Incluído pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

~~VII - Relações Públicas. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#) [\(Revogado pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)~~

Parágrafo único. As áreas constantes dos incisos deste artigo serão conceituadas em ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. [\(Vide Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

~~Art. 4º - O Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), a que se refere o [art. 4º do Decreto nº 4.799, de 4 de agosto de 2003](#), é integrado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência de República, como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação.~~

Art. 4º O Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM) é integrado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência de República, como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 5º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão orientadas pelos objetivos e diretrizes previstos nos arts. 1º e 2º, por políticas, orientações e normas adotadas pela Secretaria de Comunicação Social e por planos anuais elaborados pelos integrantes do SICOM.

Art. 6º Cabe à Secretaria de Comunicação Social:

I - coordenar o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade, classificadas como institucional ou de utilidade pública, e as de patrocínio, de responsabilidade dos integrantes do SICOM e que, com ela de acordo, exijam esforço integrado de comunicação;

~~II - supervisionar o conteúdo de comunicação das ações de publicidade, classificadas como institucional ou de utilidade pública, e as de patrocínio, de responsabilidade dos integrantes do SICOM, desenvolvidas em consonância com suas políticas, diretrizes e orientações específicas;~~

II - supervisionar o conteúdo de comunicação das ações de publicidade, classificadas como institucional ou de utilidade pública, e as de patrocínio, de responsabilidade dos integrantes do SICOM; [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#).

III - controlar, nas ações de publicidade e de patrocínio submetidas à sua aprovação pelos integrantes do SICOM, a observância dos objetivos e diretrizes previstos nos arts. 1º e 2º, no tocante ao conteúdo de comunicação e aos aspectos técnicos de mídia;

IV - editar políticas, diretrizes, orientações e normas complementares deste Decreto;

V - planejar, desenvolver e executar as ações de comunicação das áreas discriminadas no art. 3º e outras subsidiárias ou complementares a elas, realizadas com recursos orçamentários alocados na Presidência da República, com observância da eficiência e racionalidade na sua aplicação;

VI - coordenar negociações de parâmetros para compra de tempos e espaços publicitários de mídia pelos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal;

VII - coordenar, supervisionar e normatizar o funcionamento do Comitê de Patrocínios de que trata o art. 8º;

~~VIII - aprovar os editais relativos à contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade;~~

~~VIII - examinar e aprovar as minutas de edital de licitação dos integrantes do SICOM, com seus anexos, destinado à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda;~~ [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

VIII - examinar e aprovar as minutas de editais de licitação, com seus anexos e apêndices, dos órgãos e das entidades integrantes do SICOM, destinados à contratação de serviços de: [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

a) publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda; [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

b) comunicação institucional; e [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

c) comunicação digital; [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

IX - analisar programas, políticas, diretrizes, planos, critérios e mecanismos de seleção de projetos de patrocínio, incluídos os editais públicos, encaminhados pelos integrantes do SICOM;

X - definir a adoção de critérios de utilização de marcas para ações de publicidade e de patrocínio e a identidade visual do Governo nos sítios e portais dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal na Internet;

XI - definir diretrizes para a comunicação digital nos sítios e portais dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal;

XII - apoiar os integrantes do SICOM nas ações de imprensa que exijam, pela natureza da pauta, articulação interna e participação coordenada, no âmbito do Poder Executivo Federal;

~~XIII - coordenar as ações de assessoria de imprensa dos integrantes do SICOM que exijam esforço integrado de comunicação;~~

XIII - coordenar as ações de comunicação pública e de relações com a imprensa dos integrantes do SICOM que exijam esforço integrado de comunicação; [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#).

~~XIV - subsidiar a elaboração de minutas de editais e de projetos básicos para a contratação de prestadores de serviços de assessoria de relações públicas, de assessoria de imprensa, de comunicação digital, de promoção e de~~

~~pesquisa de opinião encaminhados pelos integrantes do SICOM;~~

XIV - subsidiar a elaboração de minutas de editais de licitação, com seus anexos e apêndices, para a contratação de prestadores de serviços de promoção e de pesquisa de opinião, encaminhados pelos órgãos e pelas entidades integrantes do SICOM; [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

XV - realizar ações de aperfeiçoamento em comunicação para servidores e empregados dos integrantes do SICOM; e

~~XVI - executar os procedimentos para a atribuição de limites de gastos publicitários aos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com vistas ao cumprimento da legislação eleitoral, e estabelecer regras para o encaminhamento de requerimentos e consultas ao Tribunal Superior Eleitoral;~~

XVI - atribuir limites de despesas com publicidade aos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com vistas ao cumprimento da legislação eleitoral, e estabelecer regras para o encaminhamento de requerimentos e consultas ao Tribunal Superior Eleitoral nos assuntos atinentes às ações de comunicação do Poder Executivo Federal.
[\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Parágrafo único. No exercício de sua competência normativa, a Secretaria de Comunicação Social poderá:

I - delegar parte da competência de controle prevista neste Decreto, observada a legislação pertinente;

II - eliminar ou simplificar o controle previsto no inciso III do caput deste artigo em função da classificação das ações ou da racionalização dos procedimentos; e

III - dispensar a apresentação de planos anuais de comunicação previstos no inciso III do art. 7º, em função da classificação ou da periodicidade das ações.

IV - fixar os valores a partir dos quais devem ser submetidas à sua prévia aprovação as minutas de edital previstas no inciso VIII do **caput**. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 7º Cabe às unidades administrativas de que trata o art. 4º, sem prejuízo da subordinação administrativa aos órgãos e entidades de que fazem parte:

I - atender às normas pertinentes às ações, atos e processos de que trata este Decreto ou dele decorrentes;

II - submeter à Secretaria de Comunicação Social as ações de publicidade e patrocínio, conforme disciplinado em ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social;

III - elaborar planos anuais de comunicação na forma estabelecida pela Secretaria de Comunicação Social;

IV - implantar e submeter à Secretaria de Comunicação Social critérios e instrumentos destinados a orientar o exame, a seleção, a aprovação e a execução dos projetos de patrocínio;

~~V - submeter previamente à aprovação da Secretaria de Comunicação Social os editais para a contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, acompanhados dos documentos que os integram;~~

~~V - submeter previamente à aprovação da Secretaria de Comunicação Social as minutas de edital de licitação, com seus anexos, destinado à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda;~~ [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

V - submeter previamente à aprovação da Secretaria de Comunicação Social as minutas de editais de licitação, com seus anexos e apêndices, destinados à contratação de serviços de: [\(Redação dada pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

a) publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda; [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

b) comunicação institucional; e [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

c) comunicação digital; [\(Incluída pelo Decreto nº 12.065, de 2024\)](#)

VI - observar a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos destinados às ações de comunicação;

~~VII - desenvolver suas ações de imprensa em articulação com a Secretaria de Comunicação Social; e~~

VII - desenvolver suas ações de comunicação pública e de relações com a imprensa em articulação com a Secretaria de Comunicação Social; e [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

VIII - zelar pelo relacionamento profissional com a imprensa e viabilizar os meios necessários para o atendimento da demanda de informações jornalísticas dos veículos de comunicação.

~~Art. 8º Fica instituído o Comitê de Patrocínios, de caráter consultivo, com o objetivo de assessorar a Secretaria de Comunicação Social na definição de parâmetros e procedimentos relacionados com as ações na área de patrocínios, cabendo-lhe:~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~I - manifestar-se sobre as ações de patrocínios, observados os parâmetros e procedimentos definidos pela Secretaria de Comunicação Social; e~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~II - identificar e difundir as boas práticas para o aprimoramento de processos e mecanismos a serem adotados no exame, seleção e avaliação das ações na área de patrocínios.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 1º O Comitê de Patrocínios será composto por representantes da Secretaria de Comunicação Social, que o coordenará, e de órgãos e entidades patrocinadoras do Poder Executivo Federal.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 2º Os representantes, titular e suplente, dos órgãos e entidades que compõem o Comitê de Patrocínios serão indicados pelos titulares dos respectivos entes e designados pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 3º Poderão ser convidados para participar das reuniões do Comitê de Patrocínios representantes de outros órgãos e entidades integrantes do SICOM, os quais serão de livre designação dos titulares dos respectivos entes.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 4º A Secretaria de Comunicação Social prestará o apoio necessário aos trabalhos do Comitê de Patrocínios.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 5º A participação no Comitê de Patrocínios não ensejará remuneração e será considerada serviço público relevante.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

~~§ 6º Ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social estabelecerá a forma de funcionamento do Comitê de Patrocínios e especificará suas atribuições.~~ [\(Revogado pelo Decreto nº 9.950, de 2019\).](#)

Art. 9º As ações de publicidade do Poder Executivo Federal serão executadas por intermédio de agência de propaganda, com exceção da publicidade legal veiculada nos órgãos oficiais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º A licitação para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade obedecerá, além da legislação em vigor, às disposições deste Decreto, às normas e instruções editadas pela Secretaria de Comunicação Social e aos regulamentos específicos de cada órgão ou entidade do Poder Executivo Federal.

§ 2º Fica dispensada do uso de agência de propaganda a ação de publicidade cujas características ou outros aspectos relevantes assim o permitirem ou recomendarem, mediante justificativa expressa do integrante do SICOM à autoridade competente do órgão ou entidade a que esteja vinculada, observada a legislação vigente.

§ 3º A publicidade legal não enquadrada no caput será distribuída pela Empresa Brasil de Comunicação - EBC, nos termos do art. 8º, inciso VII, da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, observadas as instruções da Secretaria de Comunicação Social.

~~Art. 10. A licitação para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade será processada por comissão designada especialmente para esse fim.~~

~~§ 1º O órgão ou entidade responsável pelo certame avaliará, em conjunto com a Secretaria de Comunicação Social, a necessidade de constituir subcomissão específica para a análise e julgamento das propostas técnicas.~~

~~§ 2º A comissão ou subcomissão que cuidar do julgamento das propostas técnicas será composta, em sua maioria, por técnicos formados em comunicação ou que atuam na área.~~

~~§ 3º A Secretaria de Comunicação Social, salvo expressa manifestação em contrário, será representada na comissão ou subcomissão de que trata o § 2º por técnicos formados em comunicação ou que atuam na área, de sua estrutura ou da estrutura de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.~~

Art. 10. A licitação para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda será processada e julgada por comissão especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\).](#)

§ 1º A subcomissão técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas será constituída por, pelo menos, três membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou **marketing** ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, um terço deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\).](#)

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de relação que terá, no mínimo, o triplo do número de membros que integrarão a subcomissão, previamente cadastrados pelo órgão ou entidade responsável pela licitação. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\).](#)

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até dez vezes o limite previsto na [alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), a relação prevista no § 2º terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica, sendo que, pelo menos, um terço deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a dez dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 5º Até quarenta e oito horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º e 3º, mediante apresentação de justificativa para a exclusão. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 6º Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido nos §§ 2º e 3º. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 7º Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 8º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos do § 1º. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 9º Quando a licitação for processada sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 10-A. Ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social disporá sobre: [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

I - cadastramento de servidores, empregados ou funcionários de órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal que poderão compor relações de nomes de candidatos a integrantes das subcomissões técnicas, a serem escolhidos mediante sorteio, nos termos dos §§ 2º e 5º do art. 10 deste Decreto; [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

II - procedimento de impugnação de nome de candidato a integrante de subcomissão técnica constante de relação destinada a sorteio de seus membros. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Parágrafo único. O procedimento de que trata o inciso II deverá permitir a manifestação do impugnado. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 10-B. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelos órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal poderão fornecer às agências de propaganda bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no **caput** exigirá da agência de propaganda contratada a apresentação de, pelo menos, três orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

§ 2º A agência contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a cinco décimos por cento do valor global do contrato. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 10-C. Ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social disporá sobre o cadastramento de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecerem bens ou serviços especializados às agências de propaganda no âmbito da execução do contrato celebrado por órgãos da administração direta do Poder Executivo Federal, admitida a participação de integrantes da administração indireta como fornecedores de informação ou simples usuários. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Art. 10-D. Para pagamento das despesas de veiculação apresentadas ao órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, deverão constar dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela agência contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\)](#)

Parágrafo único. Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste artigo, a agência contratada demonstrará a impossibilidade de apresentá-lo, para que o órgão ou entidade contratante pondere e decida. [\(Incluído pelo Decreto nº 7.379, de 2010\).](#)

Art. 11. A Secretaria de Comunicação Social, sempre que considerar oportuno, indicará representante para participar das comissões de julgamento de editais ou instrumentos similares de seleção pública de projetos de patrocínio.

Art. 12. A execução das ações previstas neste Decreto implica sua prévia aprovação pelas autoridades competentes dos respectivos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal e a obediência às normas legais e regulamentares aplicáveis.

Art. 13. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 14. Fica revogado o [Decreto no 4.799, de 4 de agosto de 2003](#).

Brasília, 8 de setembro de 2008; 187^o da Independência e 120^o da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Franklin Martins

Este texto não substitui o publicado no DOU de 9.9.2008 e [retificado no DOU de 15.9.2008](#)

*