

## NORMA TÉCNICA PARA EXPLORAÇÃO DE PUBLICIDADE NAS HOME PAGES DA UNESP

Referência: NT-AI.02.02.01

<http://www.unesp.br/ai/pdf/nt-ai.02.02.01.pdf>

Data: 22/03/2000

### STATUS: EM VIGOR

---

A Assessoria de Informática, órgão executivo responsável pela normatização e padronização de procedimentos referentes à área de informática, de acordo com o Regulamento Geral para Uso e Administração de Computadores e Redes da Unesp (RG-AI.00.01.01, Portaria UNESP 65/98), define a seguinte NORMA TÉCNICA:

### 1 RESUMO

Este documento estabelece normas e procedimentos para a exploração de publicidade nas *home pages* ou páginas de documentos eletrônicos da Unesp, mantidas pela Reitoria, pelas Unidades Universitárias, Departamentos e congêneres, pelas Unidades Complementares e Fundações da Unesp.

### 2 PALAVRAS CHAVES

Internet, *home page*, mídia eletrônica, publicidade, anunciante, direito autoral, *banner*, *hits*, *pageviews*, *click through*.

### 3 DEFINIÇÕES SOBRE REDES DE COMPUTADORES

3.1 Rede de Computadores: corresponde a um conjunto de computadores conectados entre si, permitindo a comunicação entre pessoas e o compartilhamento de informações.

3.2 Internet: corresponde ao conjunto de redes de computadores conectadas entre si ao redor do mundo, permitindo a comunicação entre pessoas e o compartilhamento de informações a longas distâncias.

3.3 *World Wide Web*, WWW, W3 ou simplesmente Web: corresponde à coleção de documentos em hipertexto conectados entre si e armazenados em computadores por todo o mundo. Foi criada com o objetivo de facilitar a colaboração entre redes de computadores e, portanto, se utiliza da Internet como veículo.

3.4 Usuário ou Internauta: qualquer pessoa que, através de seu computador conectada à Internet, tenha acesso ou se utilize de dos recursos ou informações da Internet ou da *World Wide Web*.

3.5 Hipertexto: corresponde a um texto com *links* (ou apontadores) para outros textos. No caso da Web são formatados em HTML.

3.6 *Link*: texto em evidência em um documento que, quando propriamente selecionado pelo usuário, o remete para outro documento.

3.6 HTML: corresponde à abreviatura de *HiperText Markup Language* ou Linguagem de Marcação de Hipertexto, é a linguagem utilizada para a construção dos documentos em hipertexto da Web.

3.7 *Browser* (literalmente “folheador”): programa de computador capaz de decodificar, apresentar, operar e buscar documentos formatados em HTML.

3.8 *Site* (literalmente “sítio”): conjunto de documentos de uma localidade ou instituição, formatados em HTML, colocados à disposição dos usuários da Internet.

3.9 Servidor WWW: computador que armazena e mantém os documentos formatados em HTML. Quando solicitado pelos *browsers* envia cópias dos documentos armazenados.

3.10 *Home page*: é o documento principal (ou informação inicial) em formato HTML de um *site*.

3.11 Página *web* ou simplesmente página: qualquer documento formatado em HTML de um *site* ou de um servidor WWW.

#### **4 DEFINIÇÕES SOBRE PUBLICIDADE**

4.1 Publicidade ou Propaganda: é, nos termos do art. 2º do Dec. nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

4.2 Anunciante ou Cliente: é, nos termos do art. 8º do Dec. nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

4.3 Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda: é, nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, a pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitários, que, através de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Comunicação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

4.4 Veículo de Comunicação ou, simplesmente, Veículo: é, nos termos do art. 10 do Dec. nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.

4.5 Fornecedor de Serviços ou, simplesmente, Fornecedor: é a pessoa física ou jurídica especializada e tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, concepção e execução da publicidade, em complementação ou apoio às atividades da Agência, Anunciante e Veículo.

4.6 Agenciador de Propaganda: é a pessoa física registrada e remunerada pelo Veículo, sujeita à sua disciplina e hierarquia, com a função de intermediar a venda de espaço/tempo publicitário.

4.7 Agenciador Autônomo ou Corretor: é o profissional independente ? sem vínculo empregatício com Anunciante, Agência ou Veículo ? que contrata publicidade por ordem e conta do Anunciante.

4.8 Representante de Veículo ou, simplesmente, Representante: é a organização ou profissional especializado que trata dos interesses comerciais de seus representados.

## 5 DEFINIÇÕES SOBRE PUBLICIDADE NAS HOME PAGES

5.1 Veículo ou Mídia: para esta Norma Técnica, respeitando o disposto no item 4.4, corresponde às páginas publicadas nos sites da Unesp.

5.2 *Banner* (literalmente “estandarte”): é um espaço ou imagem de formato padronizado destinado à exposição de um anúncio publicitário, dentro de uma página *web*.

5.3 Audiência Eletrônica: é o conjunto de consumidores que tem acesso ao *site* onde é exibida a publicidade eletrônica.

5.4 Unidades de Medida: são as formas de medir o impacto da publicidade eletrônica nas páginas *web*. As mais conhecidas são: *click through*, *page views* e *hits*.

5.5 *Page views* (literalmente “páginas visualizadas”) é a forma de medir a publicidade eletrônica através do número de exposições do anúncio. O *page view* não considera a efetividade do *banner*, apenas a sua exposição.

5.6 *Click through* (literalmente “mediante clique”) é uma forma de medir a publicidade eletrônica, através da resposta do usuário ao estímulo dos anúncios. O *click through* contabiliza quantas vezes o *banner* do anúncio foi selecionado (clicado) através do mouse do computador do usuário. Isto é, contabiliza o número de usuários que migram para o site do anunciante a partir do anúncio.

5.7 *Hits*: representam os pedidos de arquivos do *browser* ao servidor *web*. Por exemplo, se uma página é composta por nove imagens e um texto, quando ela for carregada no computador do usuário, serão computados dez *hits*.

5.8 CPM ou Custo Por Mil, é uma unidade de medida utilizada para definir o custo dos anúncios por *page views*. É cobrada uma taxa a cada mil vezes que uma página com o *banner* do anunciante presente, foi visualizada, independente se o usuário migra ou não para seu *site*.

## 6 NORMA TÉCNICA

6.1 A exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp deve obedecer rigorosamente o disposto na Lei 4.680 sobre o Exercício da Profissão de Publicitário e no Decreto 57.690 que a regulamenta, na Lei 9.610/98 sobre Direitos Autorais, no Código de Ética da Publicidade, nas Normas e Padrões da Atividade Publicitária (Acordo CENP), na Lei de Licitações 8.666/93, alterada pela Lei n.º 8.883/94 e pela Lei n.º 9.648/98, Portaria UNESP n.º 53/96 e demais disposições legais aplicáveis à espécie.

6.2 Na exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp são considerados **Agenciadores de Propaganda da Unesp a Reitoria, as Unidades Universitárias, as Unidades Complementares e as Fundações da Unesp** que mantenham ou operem seus próprios sites, dentro da rede da UNESP, ou fora dela.

6.3 Os recursos angariados com a exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp deverão ser investidos **exclusivamente** em: (a.) Projetos de informática ou informatização da Área de Ensino da Universidade; e (b.) nos Projetos de Informática ou Informatização dos Agenciadores de Propaganda que mantém os sites.

6.4 O rateio dos recursos angariados com a exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp será de 50% (cinquenta por centos) para os Projetos de informática da Área de Ensino da Universidade e de 50% (cinquenta por centos) para os Projetos de informática dos Agenciadores de Propaganda que mantém os sites.

6.5 Toda inserção publicitária nas *Home Pages* ou páginas dos *sites* da Unesp deverá ser aprovada pelos Agenciadores de Propaganda da Unesp mantenedores dos sites.

6.6 Estão impedidos de explorar o espaço publicitário das *Home Pages* da Unesp os Anunciantes que mantenham *sites* contendo material pornográfico, que estimulem o consumo de bebidas alcoólicas ou drogas, que estimulem atividades ilegais como o terrorismo, racismo, violação de direitos autorais e similares, e/ou que a critério exclusivo dos Agenciadores de Propaganda da Unesp, sejam considerados inapropriados ou ofensivos, ou que contenham quaisquer materiais ou programas maléficos ou irritantes ao usuário.

6.7 Os Agenciadores de Propaganda da Unesp deverão explicitar no *site* (ou página *web*) que as mensagens publicitárias contidas em seus *sites*, motivo do qual trata esta normatização, são de responsabilidade única e exclusiva dos anunciantes. Os *sites* da Unesp atuam apenas como veículo, sendo que a Unesp não recomenda, não endossa e não é responsável direta ou indiretamente pelas informações, produtos ou serviços apresentados pelos anunciantes.

6.8 Na exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp é vedado o uso de imagens subliminares ou outros meios dissimulados que explorem a possibilidade de transmitir publicidade sem que os usuários se apercebam da natureza da mensagem.

6.9 A exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp poderá ser conduzida diretamente pelos Agenciadores de Propaganda da Unesp, ou através de concessão do direito de exploração a Agências de Publicidade ou Propaganda.

6.10 Quando conduzida diretamente pelos Agenciadores de Propaganda da Unesp o espaço publicitário, ou parte dele, será oferecido aos Anunciantes ou Clientes **através de processo licitatório público na modalidade concorrência pública, conforme previsto na Lei de Licitações 8.666/93, alterada pela Lei n.º 8.883/94 e pela Lei n.º 9.648/98, Portaria UNESP n.º 53/96 e demais disposições legais aplicáveis à espécie.**

6.11 A concessão do direito de explorar o espaço publicitário nas *Home Pages* da Unesp, ou parte dele, será oferecida a agenciadores de propaganda externos, **através de processo licitatório público na modalidade concorrência pública, conforme previsto na Lei de Licitações 8.666/93, alterada pela Lei n.º 8.883/94 e pela Lei n.º 9.648/98, Portaria UNESP n.º 53/96 e demais disposições legais aplicáveis à espécie.**

6.12 Caberá aos agenciadores de propaganda externos, que detenham a concessão do direito de explorar o espaço publicitário nas *Home Pages* da Unesp, ou parte dele, a identificação de Anunciantes ou Clientes interessados.

6.13 Os agenciadores de propaganda externos, que detenham a concessão do direito de explorar o espaço publicitário nas *Home Pages* da Unesp, ou parte dele, poderão se utilizar de Agenciadores Autônomos e Representantes, na identificação de Anunciantes ou Clientes interessados.

6.14 Os tamanhos dos espaços e dimensões (*banners*) a serem utilizados na exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp são definidos pela Assessoria de Informática, através de Norma Técnica (NT) apropriada. Os tamanhos e a quantidade dos *banners* utilizados na veiculação de propaganda nos *sites* da Unesp, não poderá, em qualquer hipótese, ultrapassar as determinações contidas na normatização apropriada, elaborada pela Assessoria de Informática.

6.15 As formas de cobrança com base nas visualizações, e a recomendação de tabela básica de custos a serem utilizadas na exploração de publicidade nas *Home Pages* da Unesp são definidos pela Assessoria de Informática, através de Norma Técnica (NT) apropriada.

6.16 As unidades que atualmente já explorem espaços publicitários em seus sites ou *Home Pages*, deverão se adequar ao disposto nesta Portaria num prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias a contar de sua publicação.

---

Fim de documento – 22/03/2000

Este documento pode ser obtido em

<http://www.unesp.br/ai/pdf/nt-ai.02.02.01.pdf>