

Edição Janeiro de 2025

PODER PÚBLICO



NOVA LEI DE LICITAÇÕES

Como fazer as suas publicações da forma correta

Informações exigidas pela **Lei n.º 14.133/21** para
melhor divulgação e transparência nas publicações legais
feitas pelo Poder Público.

2025

ANJ ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE JORNAIS

APOIO: **abra**
legal ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS
ESPECIALIZADOS EM
PUBLICIDADE LEGAL



Sumário

1. Publicidade legal e a transparência.....	3
2. O que é licitação e contrato administrativo.....	4
3. Regras para as publicações.....	5
4. Informações de diagramação e tamanho de texto.....	9
5. Regras básicas para um jornal diário de grande circulação no Brasil....	10
6. 5 itens que trazem transparência na publicidade legal.....	16



Publicidade legal é a base da transparência



A publicidade legal é peça fundamental de transparência e de acesso à informação. É por meio dela, por força de lei, que o cidadão tem acesso às informações pelos veículos ou meios de comunicação, conseguindo assim fiscalizar recursos e decisões de seus governantes.

A transparência nas informações combate a corrupção e o direcionamento de contratos, e também estimula o cidadão a fiscalizar os atos dos governos.

Se o seu governante não está dando publicidade legal dos seus atos, denuncie aos órgãos fiscalizadores.

Nós somos a favor da transparência.



Como fazer as suas publicações da forma correta

O que é licitação e contrato administrativo?

Conforme o Portal da Transparência do Governo Federal: "Licitação é o processo por meio do qual a Administração Pública contrata obras, serviços, compras e alienações. Em outras palavras, licitação é a forma como a Administração Pública pode comprar e vender. Já o contrato administrativo é o ajuste entre órgãos ou entidades da Administração Pública e particulares, em que há um acordo para a formação de vínculo e a estipulação de obrigações recíprocas".

Observação: ATA DE REGISTRO DE PREÇOS (ARP) não é um contrato administrativo nem um dos substitutos de contrato previstos em lei. Portanto, sempre que o fornecedor registrado for atender à demanda da administração pública, o fará mediante "contrato administrativo", "carta contrato", "nota de empenho de despesa", "autorização de compra" ou "ordem de execução de serviço".

O Plenário do TCU alertou para a necessidade de a Administração, nas contratações com base em atas de registro de preços, firmar instrumento próprio de contrato administrativo (Acórdão n.º 1.359/11).

No dia **30 de dezembro de 2023**, foram revogadas a **Lei n.º 8.666/93 – de licitações** e a **Lei n.º 10.520/02 – de pregão**, conforme previsto no art. 193, II da Lei n.º 14.133/21, alterado pela Lei Complementar n.º 198/23.

Desde **1º de janeiro de 2024**, o certame licitatório deverá ser feito obrigatoriamente conforme a nova lei de licitações, a referida Lei Federal n.º 14.133/21.



Lei n.º 14.133/21

(http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm).



A nova lei de licitações traz as seguintes regras para as publicações

Estas regras aplicam-se às Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

1) DO EDITAL DE LICITAÇÃO (art. 54 da Lei n.º 14.133/21) para todas as modalidades:

Art. 54. A publicidade do edital de licitação será realizada mediante divulgação e manutenção do inteiro teor do ato convocatório e de seus anexos no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

§ 1º. Sem prejuízo do disposto no “caput”, é obrigatória a publicação de **extrato do edital no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município**, ou no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, **bem como em jornal diário de grande circulação.**

§ 2º. É facultada a divulgação adicional e a manutenção do inteiro teor do edital e de seus anexos em sítio eletrônico oficial do ente federativo do órgão ou entidade responsável pela licitação, ou no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, admitida, ainda, a divulgação direta a interessados devidamente cadastrados para esse fim.

PUBLICAÇÃO DO INTEIRO TEOR:

OBRIGATÓRIA



A publicidade do **EDITAL DE LICITAÇÃO** será realizada mediante divulgação e manutenção do inteiro teor do ato convocatório e de seus anexos no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

Observação 1: Municípios com até 20 mil habitantes poderão adotar o PNCP até 2027.

Observação 2: Entende-se por “publicação do inteiro teor” a veiculação de todo o edital de licitação, incluindo todas as suas páginas e seus anexos.



PODER PÚBLICO NOVA LEI DE LICITAÇÕES

PUBLICAÇÃO DO EXTRATO DO EDITAL:

OBRIGATÓRIA



É obrigatória a publicação de **EXTRATO DO EDITAL**:

I) No Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles.

Observação: A escolha dependerá da origem da verba.

II) E também em **jornal privado** diário de grande circulação.

Observação 1: Extrato do edital é um resumo do edital de licitação na forma de Aviso de Licitação, contendo informações básicas como: definição do objeto a ser licitado, modalidade, data e horário da sessão, endereço físico ou eletrônico de onde ocorrerá a sessão, indicação do local/dias/horários em que os interessados poderão ler ou obter a íntegra do edital.

Segundo o desembargador Jessé Torres Pereira Júnior, o resumo do Edital deve conter, no mínimo, seis elementos:

1 - **a modalidade da licitação;**

2 - **a síntese de seu objeto**, definindo-lhe o núcleo;

3 - **o regime da execução deste**, se indireta (empregada por preço global, empregada por preço unitário, tarefa ou empregada por preço integral);

4 - **o tipo de licitação;**

5 - **a data e o horário da sessão de julgamento;** e

6 - **a indicação do local onde os interessados poderão ler e obter o texto integral do instrumento convocatório** e demais informações sobre o certame.

(PEREIRA JÚNIOR, Jessé Torres. Comentários à lei das licitações e contratações da administração pública. 7ª ed., Rio de Janeiro, Renovar: 2007, p. 255).

Observação 2: Municípios com até 20 mil habitantes e que não adotaram o PNCP estão obrigados a fazer as suas publicações dos extratos dos editais em jornais oficiais e privados, já que a exceção prevista no art. 176 diz respeito apenas às publicações de inteiro teor do edital de licitação no PNCP referente às regras de divulgação por sítio eletrônico, ficando mantidas as obrigações das publicações de extratos do art. 54, § 1º, da Lei n.º 14.133/21.



PODER PÚBLICO NOVA LEI DE LICITAÇÕES

PUBLICAÇÃO NO SÍTIO ELETRÔNICO DO ENTE FEDERATIVO DO ÓRGÃO LICITANTE:

FACULTATIVA



É FACULTADA A DIVULGAÇÃO ADICIONAL e a manutenção do inteiro teor do edital e de seus anexos em sítio eletrônico oficial do ente federativo do órgão ou entidade responsável pela licitação, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, admitida, ainda, a divulgação direta a interessados devidamente cadastrados para esse fim.

2) PUBLICAÇÃO DAS CONTRATAÇÕES (DO CONTRATO) - ART. 94

PUBLICAÇÃO DO CONTRATO:

OBRIGATÓRIA



A divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) é condição indispensável para a **eficácia do contrato e de seus aditamentos**, e deverá ocorrer nos seguintes prazos, contados da data de sua assinatura:

- I)** 20 (vinte) dias úteis, no caso de licitação;
- II)** 10 (dez) dias úteis, no caso de contratação direta.

Observação: Enquanto não adotarem o PNCP, os municípios abaixo de 20 mil habitantes devem publicar os contratos (podem ser extratos) no Diário Oficial (art. 176, parágrafo único, I).

PUBLICAÇÃO FACULTATIVA DO CONTRATO:



- I)** Os entes federativos PODERÃO instituir sítio eletrônico oficial para divulgação complementar e realização das respectivas contratações.
- II)** É facultativa a publicação das contratações pelos órgãos e entidades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de todos os entes federativos no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP (art. 174, II).



Regras obrigatórias para as publicações dos Avisos de Licitações

LICITAÇÕES CUSTEADAS COM RECURSOS DA UNIÃO

1)



Inteiro Teor do edital no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)



Extrato do edital no Diário Oficial da União (DOU)



Extrato do edital no Jornal Diário de Grande Circulação no Estado ou Nacional

Atenção: Utiliza-se o critério acima sempre que o órgão licitante se valer da utilização de recursos da União, decorrentes de transferências voluntárias, tais como convênios e contratos de repasses (IN SEGES 73/22, art. 14 e Parágrafo único; IN SEGES MGI n.º 02/23, art. 15, Parágrafo único).

LICITAÇÕES CUSTEADAS COM RECURSOS DO ESTADO

2)



Inteiro Teor do edital no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)



Extrato do edital no Diário Oficial do Estado (DOE)



Extrato do edital no Jornal Diário de Grande Circulação no Estado ou Nacional

Atenção: O critério acima será observado sempre que o órgão licitante se valer da utilização de recursos provenientes do estado, decorrentes de transferências voluntárias, tais como convênios e contratos de repasses (verificar legislação de cada estado sobre o tema).

LICITAÇÕES CUSTEADAS COM RECURSOS PRÓPRIOS (DO MUNICÍPIO)

3)



Inteiro Teor do edital no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)



Extrato do edital no Diário Oficial do Município (DOM)



Extrato do edital no Jornal Diário de Grande Circulação no Estado ou Nacional

Atenção: O critério acima deverá ser observado sempre que o órgão licitante se valer da utilização de recursos próprios (verificar a legislação de cada município sobre o tema).

Observação: Municípios com até 20 mil habitantes terão até 2027 para publicar o inteiro teor do edital no PNCP, mas as publicações dos extratos dos editais em jornais oficiais e privados são obrigatórias, mesmo que o município não tenha adotado o PNCP.

Chamamos a atenção dos administradores públicos para o que dispõe a **LEI DE IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA (Lei n.º 14.230/21)**, que é **categórica ao incluir, no rol de condutas censuráveis, a negativa de publicidade:**

Art. 11. **Constitui ato de improbidade administrativa** que atenta contra os princípios da administração pública a ação ou omissão dolosa que viole os deveres de honestidade, de imparcialidade e de legalidade, caracterizada por uma das seguintes condutas:

IV - **negar publicidade aos atos oficiais**, exceto em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do estado ou de outras hipóteses instituídas em lei.



Informações de diagramação e tamanho de texto

TAMANHO DE TEXTO

LEI NACIONAL/FEDERAL Nº 8.639/93



Art. 1º - É obrigatória, nos anúncios feitos por exigência legal nos jornais, sejam editais, convocações, balanços, citações e avisos, a utilização de um corpo suficientemente legível, devendo o tipo de letra ser, no mínimo, de corpo seis, de quaisquer famílias, e que o título dessas publicações seja de tipo doze ou maior, de qualquer família.

ENTRELINHA



É o espaço entre duas linhas. Para uma boa leitura do texto, fica estabelecida a utilização mínima de um ponto a mais referente ao tamanho da fonte utilizada. Determina-se que o corpo mínimo de letra seja 6 (seis) e o entrelinhamento mínimo, 7 (sete). Os títulos das publicações devem ser de, no mínimo, corpo de letra 12 (doze), conforme exigência legal.

Observação: Evite utilizar tamanho de entrelinha inferior ou igual ao tamanho do corpo de texto. Isso prejudica a leitura e o entendimento do texto publicado.

ESPAÇO ENTRE LETRAS



É o espaçamento entre caracteres. Para que a leitura não fique prejudicada, é sempre importante não utilizar o aperto entre caracteres e nenhum recurso, como o tracking.

FONTES DE PUBLICAÇÃO



Evite utilizar fontes de textos que sejam condensadas ou comprimidas, que dificultem a leitura (ex.: Condensed, Narrow, Light e demais tipos de condensação). Utilize famílias de fontes de fácil leitura, como a Arial, a Helvética, a Univers e a Times New Roman.

MODELO DE PUBLICAÇÃO

Separamos dois modelos de publicações, sendo um o modelo correto de publicação e o outro, com todos os erros apontados nas informações técnicas acima.

PREFEITURA DE XXXXX AVISO DE LICITAÇÃO

Pregão Eletrônico: XX/2024

Objeto: Aquisição de livros de inglês. - Início da Sessão Pública: 10.01.2024, às 09h00 na Secretaria Municipal de Educação, localizado na Rua Valetim Dal, nº 000, Centro, São Paulo/SP. O edital completo encontra-se à disposição no Departamento de Compras e Licitações, Rua Valentim Dal nº 000, no horário das 08h30 às 17h00. Fone: (11) 000-0000 ou pelo site: <https://www.sp.gov.br/licitacoes-publicas>. São Paulo, 01 de janeiro de 2024. Thialonge Val - Prefeito Municipal



PREFEITURA DE XXXXX AVISO DE LICITAÇÃO

Pregão Eletrônico: XX/2024

Objeto: Aquisição de livros de inglês. - Início da Sessão Pública: 10.01.2024, às 09h00 na Secretaria Municipal de Educação, localizado na Rua Valetim Dal, nº 000, Centro, São Paulo/SP. O edital completo encontra-se à disposição no Departamento de Compras e Licitações, Rua Valentim Dal nº 000, no horário das 08h30 às 17h00. Fone: (11) 000-0000 ou pelo site: <https://www.sp.gov.br/licitacoes-publicas>. São Paulo, 01 de janeiro de 2024. Thialonge Val - Prefeito Municipal





Regras básicas para se considerar um jornal diário de grande circulação no Brasil

Recomendação da ANJ – Associação Nacional de Jornais
Lei n.º 14.133/2021 – Lei de Licitações e Contratos
Administrativos.



Recomendação

ANJ – Associação Nacional de Jornais

ANEXO I:

Lei n.º 14.133/2021 – Lei de Licitações e Contratos

Administrativos:

“As normas que definem a obrigatoriedade de publicação de atos administrativos em jornais de grande circulação visam a concretizar os princípios constitucionais da publicidade e do direito à informação (arts.5º, IX, XIV, e 220, caput e §§1º, 2º e 3º, CF/88), os quais assumem especial incidência no regime jurídico de contratações públicas.

A falta de publicidade nos procedimentos licitatórios, além de acarretar vícios de nulidade, dá margem a práticas de direcionamento dos certames públicos. É inequívoco que o controle social efetivo sobre a divulgação das condições edilícias depende do funcionamento dos mecanismos de divulgação dos instrumentos convocatórios. [...] (STF. ADI n.º 6229, Rel. Min. Gilmar Mendes, publicado em 22.10.2019, pag.13).”

A nova lei de licitações trouxe uma série de inovações para o certame licitatório e o art. 54 ampliou a transparência da publicidade dos editais de licitações e **manteve a obrigatoriedade de publicação em jornais privados**, conforme destacamos abaixo:

- **é obrigatória** a divulgação e manutenção **do inteiro teor** do ato convocatório e de seus anexos no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).
- **é obrigatória a publicação do extrato do edital** no Diário Oficial e, a depender da origem da verba, será feita no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município. E, em caso de consórcio público, a publicação deverá ser feita no Diário Oficial do ente de maior nível entre eles.
- **é obrigatória a publicação do extrato do edital em jornal diário de grande circulação.**

A publicidade legal também é uma ação que agrega valor para o órgão público anunciante, pois reforça os valores de boa governança. Não pode ser vista apenas como uma obrigação legal, mas sim como um valor associado a boas práticas de gestão e governança.



REGRAS BÁSICAS PARA SE CONSIDERAR UM JORNAL DIÁRIO DE GRANDE CIRCULAÇÃO NO BRASIL ADOTADAS PELA ANJ PARA CUMPRIR AS EXIGÊNCIAS DA LEI DE LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS:

- 1** - Estar disponível de forma impressa, bem como possuir versão digital - com certificação digital da autenticidade;
- 2** - Ser editado, distribuído e atualizado de forma regular;
- 3** - Deve ser plural e não ser direcionado apenas para determinado nicho;
- 4** - A empresa jornalística deve ser constituída de acordo com o art. 222 da Constituição Federal e com o art. 1150 do Código Civil;
- 5** - Ser registrado como empresa jornalística e ter como objeto a edição de jornais, bem como ter na atividade preponderante um dos CNAEs - Código Nacional de Atividades Econômicas exemplificados a seguir: 5812-3/01: edição de jornais diários; 5822-1/01: edição integrada à impressão de jornais diários;
- 6** - O jornal impresso deve circular pelo menos 5 (cinco) dias na semana, em razão dos prazos de publicação dos editais; e o site do jornal também deve ser atualizado no mínimo 5 (cinco) vezes na semana;
- 7** - Manter uma redação jornalística que segue princípios editoriais;
- 8** - Ter expediente informando o diretor e o editor responsáveis, a razão social, o CNPJ, o endereço, o telefone e o e-mail;
- 9** - Ser afiliado a associação do setor jornalístico;
- 10** - Ter os conteúdos patrocinados identificados;
- 11** - Por se tratar de exercício ilegal de atividade empresarial, não ter como proprietários associações, sindicatos, clubes ou outros com fins não econômicos;
- 12** - Ter circulação e audiência auditadas por órgão idôneo.

Pode-se concluir que, para estar apto a fazer as publicações previstas na lei das licitações e contratos administrativos, um jornal diário e de grande circulação é uma publicação impressa e digital que é editada, produzida, distribuída e atualizada pelo menos 5 (cinco) dias na semana, atingindo muitos leitores em diversas regiões.

Portanto, além das principais características acima, para ser considerado um jornal diário e de grande circulação deve-se ter: **frequência de publicação; ampla distribuição e acessibilidade digital, diversidade de conteúdo e credibilidade.** Esses fatores juntos fazem de um jornal diário e de grande circulação uma fonte importante e confiável de informações para o público.



AUDITORIAS DA CIRCULAÇÃO DO IMPRESSO E DA AUDIÊNCIA DO DIGITAL

É recomendado que sejam feitas e apresentadas para o cliente as auditorias da circulação do jornal impresso e da audiência da sua versão digital por meio de um instituto idôneo e reconhecido pelo mercado, para eliminar fraudes.

A audiência deve ser apresentada sempre pelo endereço principal do jornal digital auditado, não podendo contabilizar nessa audiência a somatória de diversas URLs vinculadas de terceiros. A audiência também deve ser preponderante no estado sede do jornal.

DIFERENÇA ENTRE MEDIR E AUDITAR:

No digital, medir a audiência é diferente de auditar a audiência.

Enquanto a medição fornece dados de audiência diretamente, a auditoria verifica e certifica esses dados para assegurar a sua precisão e confiabilidade.

MEDIÇÃO DA AUDIÊNCIA

Medição da audiência é a coleta de dados de acesso e comportamento dos sites em tempo real ou em intervalos curtos.

Diversas empresas no setor fazem esse serviço para o usuário (SimilarWeb, Comscore, Analytics, dentre outras), mas não levam em consideração vários fatores importantes, como a origem do tráfego, os acessos duplicados e automatizados, dando um panorama superficial e não fiel da audiência em si.

AUDITORIA DA AUDIÊNCIA

Auditar vai além da mera medição e serve para garantir que os dados recolhidos sejam precisos, consistentes e confiáveis. Auditorias são conduzidas por entidades independentes (BDO, IVC, PWC, dentre outras) que verificam os números de audiência e confirmam se correspondem à realidade.

A auditoria valida os dados de audiência e verifica possíveis fraudes e inflacionamentos de visitas. Certifica os relatórios de audiência para garantir transparência e confiabilidade dos números.



PODER PÚBLICO

NOVA LEI DE LICITAÇÕES

ACESSO ÀS PUBLICAÇÕES POR PERÍODO

É fundamental que os sites dos jornais mantenham disponível para o usuário e para a busca o acesso às publicações por um período de no mínimo 5 (cinco) anos.

TAMANHO DE TEXTO

Para os anúncios de publicidade legal, tanto no impresso como no digital é importante seguir a padronização do corpo de texto e título conforme exigência da Lei Federal n.º 8.639/93 (Texto: tamanho 6 (seis) de qualquer família; Título: tamanho 12 (doze) ou superior de qualquer família).

REFERÊNCIAS LEGISLATIVAS E DOCUMENTAIS:

Para embasar a definição de um jornal diário de grande circulação e suas características, podemos referenciar várias leis e documentos, tanto nacionais como internacionais:

01. Constituição Federal Brasileira:

- **Art. 5º, IX, XIV:** Assegura a todos o acesso à informação e resguarda o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;
- **Art. 220:** Garante a liberdade de imprensa e proíbe qualquer tipo de censura, direta ou indireta. Isso reforça a importância da acessibilidade e da diversidade de conteúdo nos jornais;
- **Art. 222:** A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País, bem como a responsabilidade editorial.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

02. Lei n.º 10.610/2002 – Regulamenta o art. 222 da CF

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10610.htm

03. Lei n.º 14.133/2021 – Lei de Licitações e Contratos Administrativos

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14133.htm

04. Lei n.º 6.015/1973 – Lei dos Registros Públicos

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6015compilada.htm



PODER PÚBLICO NOVA LEI DE LICITAÇÕES

05. Ofício Circular n.º 3153/2020/ME, do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração – DREI, vinculado ao Ministério da Economia, para as juntas comerciais.

https://bit.ly/Oficio3153_2020_ME

06. PROJOR – Instituto para o desenvolvimento do jornalismo. Programa de indicadores de compromisso com o público.

<https://www.projor.org.br/>

07. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

- **Art. 4º:** Reforça a necessidade de compromisso com a veracidade dos fatos e com a sua correta divulgação.

<https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>

08. Documentos Internacionais:

Declaração Universal dos Direitos Humanos

- **Art. 19:** Assegura o direito à liberdade de opinião e expressão, incluindo o direito de receber e transmitir informações por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>

Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos

- **Art. 19:** Garante a liberdade de expressão e o direito de buscar, receber e divulgar informações e ideias de toda natureza.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0592.htm



5 itens que trazem transparência na publicidade legal





INTRODUÇÃO

Como fazer uma publicação legal?



- A publicidade legal é feita mediante contratação de empresas jornalísticas ou por intermédio de uma agência especializada no segmento.
- O primeiro passo será a contratação dessa empresa e, após fechado o contrato, será elaborado o edital com as informações importantes que precisam ser publicadas.

Como calcular o valor de uma publicação?



- Para se obter o valor de uma publicidade legal, o cálculo utilizado pelo segmento é o **centímetro por coluna** (cm x coluna), em que se calcula a altura do edital em centímetros multiplicado pela quantidade de colunas que o edital tem de largura multiplicado pelo valor do centímetro (cm x n.º coluna x valor do cm = valor da publicação).
- A base de cálculo mais utilizada atualmente pelo mercado é o **valor do cm x coluna**. Mas não há impedimento para a adoção de outros padrões.

Observação: Vale esclarecer que nas publicações feitas no **Diário Oficial da União**, todas as publicações são feitas obrigatoriamente em 1(uma) coluna. Neste caso, o cálculo será sempre entre a soma da altura vezes o valor do centímetro (cm da altura x valor do cm = valor da publicação).



5 itens que trazem transparência na publicidade legal

1) Solicite que as notas fiscais e os orçamentos informem o tamanho do edital.



- Assim, você cliente tem certeza do valor que está pagando pela sua publicação em centímetros por coluna.
- Isso evita também que a sua publicação seja feita em tamanhos mínimos e que sejam cobrados valores elevados sobre ela.



5 itens que trazem transparência na publicidade legal

2) Solicite sempre a inclusão do nome do jornal (marca) que está sendo oferecido na proposta.



- Assim, você evita que fique a critério do fornecedor escolher por você onde ele fará a sua publicação.
- Evita também que o fornecedor faça 'leilão de preço' com a sua publicação no mercado.

3) Solicite ao fornecedor que apresente a 'carta de credenciamento' do jornal para o certame.



- Isso assegura ao cliente que o valor ofertado na proposta ou em fase de lances pelo fornecedor está autorizado e acordado junto ao jornal que fará as publicações.

4) Importante que o jornal envie ou disponibilize para o cliente final o relatório de publicações com os valores e tamanhos.



- Isso traz clareza para o cliente dos valores que estão sendo praticados entre o jornal e o fornecedor, e quanto o cliente final está pagando.

5) É fundamental que os jornais deixem cadastrados em seus sistemas todas as 'Atas' ou 'Contratos' das suas publicações oficiais.



- Isso traz transparência e evita valores diferentes entre os praticados entre o jornal, fornecedores e o cliente final.



Edição Janeiro de 2025

2025

ANJ ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE JORNAIS

APOIO: **abra**
legal ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS
ESPECIALIZADOS EM
PUBLICIDADE LEGAL