



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

Recomendação da ANJ – Associação Nacional de Jornais
Lei n.º 6.404/76 – Lei das Sociedades Anônimas.



Sumário

1. Recomendação da ANJ.....	3
2. Regras básicas para um jornal de grande circulação no Brasil.....	4
3. Auditoria da circulação do impresso e da audiência do digital.....	5
4. Acesso às publicações por período.....	6
5. Tamanho de texto.....	6
6. Referências legislativas e documentais.....	6



Recomendação

ANJ – Associação Nacional de Jornais

ANEXO I:

Lei n.º 6.404/76 – Lei das Sociedades Anônimas:

A recente mudança no art. 289 da Lei n.º 6.404/76 teve o objetivo de simplificar as publicações dos atos das sociedades anônimas, reduzindo o seu custo por desobrigar a publicação nos diários oficiais, **mas não suprimiu a obrigatoriedade de publicação em jornais privados**, no impresso e no digital do mesmo jornal, como destacamos abaixo:

- A publicação deverá ser **resumida nos jornais impressos, mas a íntegra** dos documentos deverá ser divulgada (publicada) de forma simultânea **na página do mesmo jornal na internet** – com certificação digital da autenticidade – com isso, ampliando a publicidade do documento, para que toda a sociedade tenha conhecimento das informações.
- A CVM poderá ainda determinar que as publicações sejam feitas, também, em jornal de grande circulação nas localidades em que os valores mobiliários da companhia sejam negociados em bolsa ou em mercado de balcão.
- Se no lugar em que estiver situada a sede da companhia não for editado jornal, a **publicação se fará em jornal de grande circulação com abrangência na localidade.**

A publicidade legal também é uma ação que agrega valor para a empresa 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 DE GRANDE CIRCULAÇÃO NO BRASIL ADOTADAS PELA ANJ PARA CUMPRIR AS EXIGÊNCIAS DA LEI DAS SOCIEDADES ANÔNIMAS:

- 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 atos empresariais; 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 sociedades anônimas, um jornal de grande circulação é aquele que é regularmente distribuído em estados e municípios, tornando-se acessível a todos. Tal publicação deve ser disponibilizada tanto em formato físico como digital, e deve ser plural, visando à ampla disseminação de informações.

Em resumo, um jornal de grande circulação é uma publicação impressa e digital que é editada, produzida, distribuída e atualizada pelo menos 5 (cinco) dias na semana, atingindo 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 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.



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 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 6.404/1976 – Lei das Sociedades Anônimas

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404compilada.htm

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

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



S.As.

PUBLICAÇÕES LEGAIS

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



ANJ ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE JORNAIS