



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.

ANEXO I



Sumário

1. Recomendação da ANJ.....	3
2. Regras básicas para um jornal diário 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 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



ANJ ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE JORNAIS