

## LEI 12.232 /2010

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.



série



# LEI 12.232/2010

## SUMÁRIO

<u>Capítulo 1. DISPOSIÇÕES GERAIS</u> .....	3
<u>Capítulo 2. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS</u> .....	5
<u>Capítulo 3. CONTRATOS DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E SUA EXECUÇÃO</u> .....	14
<u>Capítulo 4. DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS</u> .....	16



## Capítulo 1

### DISPOSIÇÕES GERAIS

**Art. 1º** Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2º As Leis **4.680/1965** e **8.666/1993** serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

**Art. 2º** Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como **atividades complementares** os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no **art. 3º desta Lei**;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no **caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão** de quaisquer outras atividades, em especial as de **assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas** ou as que tenham por finalidade a **realização de eventos** festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.



§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, **mediante justificativa no processo de licitação**.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir **procedimento de seleção interna** entre as contratadas, cuja **metodologia** será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

**Art. 3º** As pesquisas e avaliações previstas no **inciso I do § 1º do art. 2º desta Lei** terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

**Parágrafo único.** É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de **matéria estranha** ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

**Art. 4º** Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela **Lei 4.680/1965**, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - **CENP**, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e **comprar espaço ou tempo publicitário** de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e **tiver sido por eles expressamente autorizada**.



## Capítulo 2

### PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

**Art. 5º** As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas **no art. 22 da Lei 8.666/1993<sup>1</sup>**, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

**Art. 6º** A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do **art. 40 da Lei 8.666/1993**, com **exceção** das previstas nos **incisos I e II do seu § 2º<sup>2</sup>**, e às seguintes:

<sup>1</sup>Art. 22. São modalidades de licitação:

I - concorrência; II - tomada de preços; III - convite; IV - concurso; V - leilão.

§ 1º Concorrência é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados que, na fase inicial de habilitação preliminar, comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.

§ 2º Tomada de preços é a modalidade de licitação entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

§ 3º Convite é a modalidade de licitação entre interessados do ramo pertinente ao seu objeto, cadastrados ou não, escolhidos e convidados em número mínimo de 3 (três) pela unidade administrativa, a qual afixará, em local apropriado, cópia do instrumento convocatório e o estenderá aos demais cadastrados na correspondente especialidade que manifestarem seu interesse com antecedência de até 24 (vinte e quatro) horas da apresentação das propostas.

§ 4º Concurso é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para escolha de trabalho técnico, científico ou artístico, mediante a instituição de prêmios ou remuneração aos vencedores, conforme critérios constantes de edital publicado na imprensa oficial com antecedência mínima de 45 (quarenta e cinco) dias.

§ 5º Leilão é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para a venda de bens móveis inservíveis para a administração ou de produtos legalmente apreendidos ou penhorados, ou para a alienação de bens imóveis prevista no **art. 19**, a quem oferecer o maior lance, igual ou superior ao valor da avaliação.

§ 6º Na hipótese do § 3º deste artigo, existindo na praça mais de 3 (três) possíveis interessados, a cada novo convite, realizado para objeto idêntico ou semelhante, é obrigatório o convite a, no mínimo, mais um interessado, enquanto existirem cadastrados não convidados nas últimas licitações.

§ 7º Quando, por limitações do mercado ou manifesto desinteresse dos convidados, for impossível a obtenção do número mínimo de licitantes exigidos no § 3º deste artigo, essas circunstâncias deverão ser devidamente justificadas no processo, sob pena de repetição do convite.

§ 8º É vedada a criação de outras modalidades de licitação ou a combinação das referidas neste artigo.

§ 9º Na hipótese do **parágrafo 2º deste artigo**, a administração somente poderá exigir do licitante não cadastrado os documentos previstos nos **arts. 27 a 31**, que comprovem habilitação compatível com o objeto da licitação, nos termos do edital.”

<sup>2</sup> Art. 40. O edital conterá no preâmbulo o número de ordem em série anual, o nome da repartição interessada e de seu setor, a modalidade, o regime de execução e o tipo da licitação, a menção de que será regida por esta Lei, o local, dia e hora para recebimento da documentação e proposta, bem como para início da abertura dos envelopes, e indicará, obrigatoriamente, o seguinte:

I - objeto da licitação, em descrição sucinta e clara;

II - prazo e condições para assinatura do contrato ou retirada dos instrumentos, como previsto no art. 64 desta Lei, para execução do contrato e para entrega do objeto da licitação;

III - sanções para o caso de inadimplemento;

IV - local onde poderá ser examinado e adquirido o projeto básico;

V - se há projeto executivo disponível na data da publicação do edital de licitação e o local onde possa ser examinado e adquirido;

VI - condições para participação na licitação, em conformidade com os **arts. 27 a 31 desta Lei**, e forma de apresentação das propostas;

VII - critério para julgamento, com disposições claras e parâmetros objetivos;

VIII - locais, horários e códigos de acesso dos meios de comunicação à distância em que serão fornecidos elementos, informações e esclarecimentos relativos à licitação e às condições para atendimento das obrigações necessárias ao cumprimento de seu objeto;

IX - condições equivalentes de pagamento entre empresas brasileiras e estrangeiras, no caso de licitações internacionais;

X - o critério de aceitabilidade dos preços unitários e global, conforme o caso;

X - critério de aceitabilidade dos preços unitários e global, conforme o caso, vedada a fixação de preços mínimos, critérios estatísticos ou faixas de variação em relação a preços de referência;

X - o critério de aceitabilidade dos preços unitário e global, conforme o caso, permitida a fixação de preços máximos e vedados a fixação de preços mínimos, critérios estatísticos ou faixas de variação em relação a preços de referência, ressalvado o disposto nos **parágrafos 1º e 2º do art. 48**;

XI - critério de reajuste, que deverá retratar a variação do custo de produção, admitida a adoção de índices específicos ou setoriais, desde a data da proposta ou do orçamento a que esta se referir até a data do adimplemento de cada parcela;

XI - critério de reajuste, que deverá retratar a variação efetiva do custo de produção, admitida a adoção de índices específicos ou setoriais, desde a data prevista para apresentação da proposta, ou do orçamento a que essa proposta se referir, até a data do adimplemento de cada parcela;

XII - (Vetado)



I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do **inciso XI do art. 11 desta Lei**;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um **plano de comunicação publicitária**, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o **plano de comunicação publicitária** previsto no **inciso III deste artigo** será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no **§ 1º do art. 10 desta Lei** reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

XII - (Vetado).

XIII - limites para pagamento de instalação e mobilização para execução de obras ou serviços que serão obrigatoriamente previstos em separado das demais parcelas, etapas ou tarefas;

XIV - condições de pagamento, prevendo:

a) prazo de pagamento em relação à data final a cada período de aferição não superior a 30 (trinta) dias;

a) prazo de pagamento não superior a trinta dias, contado a partir da data final do período de adimplemento de cada parcela;

b) cronograma de desembolso máximo por período, em conformidade com a disponibilidade de recursos financeiros;

c) critério de atualização financeira dos valores a serem pagos, desde a data a ser definida nos termos da alínea a deste inciso até a data do efetivo pagamento;

c) critério de atualização financeira dos valores a serem pagos, desde a data final do período de adimplemento de cada parcela até a data do efetivo pagamento;

d) compensações financeiras e penalizações, por eventuais atrasos, e descontos, por eventuais antecipações de pagamentos;

e) exigência de seguros, quando for o caso;

XV - instruções e normas para os recursos previstos nesta Lei;

XVI - condições de recebimento do objeto da licitação;

XVII - outras indicações específicas ou peculiares da licitação.

§ 1º O original do edital deverá ser datado, rubricado em todas as folhas e assinado pela autoridade que o expedir, permanecendo no processo de licitação, e dele extraído-se cópias integrais ou resumidas, para sua divulgação e fornecimento aos interessados.

§ 2º Constituem anexos do edital, dele fazendo parte integrante:

I - o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos;

II - demonstrativo do orçamento estimado em planilhas de quantitativos e custos unitários;

III - orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários;

IV - a minuta do contrato a ser firmado entre a Administração e o licitante vencedor;

V - as especificações complementares e as normas de execução pertinentes à licitação.

§ 3º Para efeito do disposto nesta Lei, considera-se como adimplemento da obrigação contratual a prestação do serviço, a realização da obra, a entrega do bem ou de parcela destes, bem como qualquer outro evento contratual a cuja ocorrência esteja vinculada a emissão de documento de cobrança.

§ 4º Nas compras para entrega imediata, assim entendidas aquelas com prazo de entrega até trinta dias da data prevista para apresentação da proposta, poderão ser dispensadas:

I - o disposto no **inciso XI deste artigo**;

II - a atualização financeira a que se refere a **alínea "c" do inciso XIV deste artigo**, correspondente ao período compreendido entre as datas do adimplemento e a prevista para o pagamento, desde que não superior a quinze dias.

§ 5º A Administração Pública poderá, nos editais de licitação para contratação de serviços, exigir da contratada que um percentual mínimo de sua mão de obra seja oriunda ou egresso do sistema prisional, com a finalidade de ressocialização do reeducando, na forma estabelecida em regulamento.



**VIII** - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

**IX** - o formato para apresentação pelos proponentes do **plano de comunicação publicitária** será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no **inciso XI deste artigo**;

**X** - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o **art. 8º desta Lei**, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

**XI** - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

**XII** - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do **plano de comunicação publicitária**, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o **§ 2º do art. 9º desta Lei**;

**XIII** - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o **art. 8º desta Lei**, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do **plano de comunicação publicitária**, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o **§ 2º do art. 9º desta Lei**;

**XIV** - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos **incisos XII e XIII deste artigo** e demais disposições do instrumento convocatório.

**§ 1º** No caso do **inciso VII deste artigo**, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

**§ 2º** Se houver **desclassificação** de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, **ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos**, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no **§ 1º do art. 10 desta Lei**, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o **§ 2º do art. 9º desta Lei**.



**Art. 7º** O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

**I - raciocínio básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

**II - estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

**III - ideia criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

**IV - estratégia de mídia e não mídia**, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

**Art. 8º** O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

**Art. 9º** As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

**§ 1º** O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

**§ 2º** A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

**Art. 10.** As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.





§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam **formados** em **comunicação, publicidade ou marketing ou** que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, **1/3** (um terço) deles não poderão manter **nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.**

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, **1/3** (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até **10** (dez) vezes o limite previsto na **alínea a do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/1993**<sup>3</sup>, a relação prevista no **§ 2º deste artigo** terá, **no mínimo, o dobro** do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, **1/3** (um terço) de profissionais **que não mantenham** nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos **§§ 2º e 3º deste artigo** será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a **10** (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até **48** (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os **§§ 2º, 3º e 4º deste artigo**, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

<sup>3</sup> Transcrevemos abaixo os valores recentemente – e finalmente !! – atualizados, conforme **Decreto 9.412/2018**:

“Art. 1º Os valores estabelecidos nos **incisos I e II do caput do art. 23 da Lei nº 8.666**, ficam atualizados nos seguintes termos:

I - para obras e serviços de engenharia:

a) na modalidade convite - até R\$ 330.000,00 (trezentos e trinta mil reais);

b) na modalidade tomada de preços - até R\$ 3.300.000,00 (três milhões e trezentos mil reais); e

c) na modalidade concorrência - acima de R\$ 3.300.000,00 (três milhões e trezentos mil reais); e

II - para compras e serviços não incluídos no inciso I:

**a) na modalidade convite - até R\$ 176.000,00** (cento e setenta e seis mil reais);

b) na modalidade tomada de preços - até R\$ 1.430.000,00 (um milhão, quatrocentos e trinta mil reais); e

c) na modalidade concorrência - acima de R\$ 1.430.000,00 (um milhão, quatrocentos e trinta mil reais).”



§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º 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 dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas 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.

**Art. 11.** Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do **plano de comunicação publicitária** só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do **plano de comunicação publicitária**.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o **art. 8º desta Lei**, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do **plano de comunicação publicitária**, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no **inciso XIV do art. 6º desta Lei**;



**IV** - elaboração de ata de julgamento do **plano de comunicação publicitária** e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a **justificativa** escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**V** - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o **art. 8º desta Lei**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

**VI** - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no **inciso V deste artigo** e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**VII** - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

**a)** abertura dos invólucros com a via identificada do **plano de comunicação publicitária**;

**b)** cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do **plano de comunicação publicitária**, para identificação de sua autoria;

**c)** elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

**d)** proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

**VIII** - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na **alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/1993**<sup>4</sup>;

<sup>4</sup> Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante;

b) julgamento das propostas;

c) anulação ou revogação da licitação;

d) indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;

e) rescisão do contrato, a que se refere o **inciso I do art. 78 desta Lei**;

e) rescisão do contrato, a que se refere o **inciso I do art. 79 desta Lei**;

f) aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa;

II - representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico;

III - pedido de reconsideração, de decisão de Ministro de Estado, ou Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, na hipótese do **§ 4º do art. 87 desta Lei**, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.

§ 1º A intimação dos atos referidos no **inciso I, alíneas "a", "b", "c" e "e", deste artigo**, excluídos os relativos a advertência e multa de mora, e no **inciso III**, será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para os casos previstos nas **alíneas "a" e "b"**, se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.



**IX** – abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos **incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei 8.666/1993<sup>5</sup>**, nas licitações do tipo “melhor técnica”, e ao disposto no **§ 2º do art. 46 da mesma Lei**, nas licitações do tipo “técnica e preço”;

**X** – publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na **alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/1993**;

**XI** – convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

**XII** – recebimento e abertura do invólucro com os documentos de **habilitação** dos licitantes previstos no **inciso XI deste artigo**, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

**XIII** – decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no **inciso XI deste artigo** e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da **alínea a do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/1993**;

**XIV** – reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos **incisos XI, XII e XIII deste artigo**, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no **§ 3º do art. 2º desta Lei**.

§ 2º O recurso previsto nas **alíneas "a" e "b" do inciso I deste artigo** terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

§ 3º Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§ 4º O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

§ 5º Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado.

§ 6º Em se tratando de licitações efetuadas na modalidade de “carta convite” os prazos estabelecidos nos **incisos I e II e no parágrafo 3º deste artigo** serão de dois dias úteis.”

<sup>5</sup> “Art. 46. Os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” serão utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, em especial na elaboração de projetos, cálculos, fiscalização, supervisão e gerenciamento e de engenharia consultiva em geral e, em particular, para a elaboração de estudos técnicos preliminares e projetos básicos e executivos, ressalvado o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 1º Nas licitações do tipo “melhor técnica” será adotado o seguinte procedimento claramente explicitado no instrumento convocatório, o qual fixará o preço máximo que a Administração se propõe a pagar:

I - serão abertos os envelopes contendo as propostas técnicas exclusivamente dos licitantes previamente qualificados e feita então a avaliação e classificação destas propostas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, definidos com clareza e objetividade no instrumento convocatório e que considerem a capacitação e a experiência do proponente, a qualidade técnica da proposta, compreendendo metodologia, organização, tecnologias e recursos materiais a serem utilizados nos trabalhos, e a qualificação das equipes técnicas a serem mobilizadas para a sua execução;

II - uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preço dos licitantes que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório e à negociação das condições propostas, com a proponente melhor classificada, com base nos orçamentos detalhados apresentados e respectivos preços unitários e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima;

III - no caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação;

IV - as propostas de preços serão devolvidas intactas aos licitantes que não forem preliminarmente habilitados ou que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica.

§ 2º Nas licitações do tipo “técnica e preço” será adotado, adicionalmente ao inciso I do parágrafo anterior, o seguinte procedimento claramente explicitado no instrumento convocatório:

I - será feita a avaliação e a valorização das propostas de preços, de acordo com critérios objetivos preestabelecidos no instrumento convocatório;

II - a classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos no instrumento convocatório.

§ 3º Excepcionalmente, os tipos de licitação previstos neste artigo poderão ser adotados, por autorização expressa e mediante justificativa circunstanciada da maior autoridade da Administração promotora constante do ato convocatório, para fornecimento de bens e execução de obras ou prestação de serviços de grande vulto majoritariamente dependentes de tecnologia nitidamente sofisticada e de domínio restrito, atestado por autoridades técnicas de reconhecida qualificação, nos casos em que o objeto pretendido admitir soluções alternativas e variações de execução, com repercussões significativas sobre sua qualidade, produtividade, rendimento e durabilidade concretamente mensuráveis, e estas puderem ser adotadas à livre escolha dos licitantes, na conformidade dos critérios objetivamente fixados no ato convocatório.

§ 4º (Vetado).”



**Art. 12.** O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do **plano de comunicação publicitária** sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a **alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei**, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.



## Capítulo 3

### CONTRATOS DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E SUA EXECUÇÃO

**Art. 13.** A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

**Parágrafo único.** A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

**Art. 14.** Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente **cadastradas** pelo contratante **poderão fornecer ao contratado** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do **§ 1º do art. 2º desta Lei**.

**§ 1º** O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá **sempre a apresentação** pelo contratado ao contratante de **3** (três) **orçamentos** obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

**§ 2º** No caso do **§ 1º deste artigo**, o contratado 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 0,5%** (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

**§ 3º** O fornecimento de bens ou serviços de valor **igual ou inferior a 20%** (vinte por cento) do limite previsto na alínea **a** do inciso **II do art. 23 da Lei 8.666/1993**<sup>6</sup>, está **dispensado** do procedimento previsto no **§ 2º deste artigo**.

**Art. 15.** Os custos e as despesas **de veiculação** apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos **descontos** negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

<sup>6</sup> Transcrevemos abaixo os valores recentemente – e finalmente !! – atualizados, conforme **Decreto 9.412/2018**:  
“II - para compras e serviços não incluídos no inciso I: **a) na modalidade convite - até R\$ 176.000,00** (cento e setenta e seis mil reais);”



**Parágrafo único.** Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais **descontos** e as **bonificações** na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

**Art. 16.** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, **serão divulgadas** em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, **garantido o livre acesso** às informações por quaisquer interessados.

**Parágrafo único.** As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**Art. 17.** As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.



## Capítulo 4

### DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

**Art. 18.** É facultativa a concessão de **planos de incentivo** por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de **planos de incentivo** referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda **não poderão**, em nenhum caso, sobrepor os **planos de incentivo** aos interesses dos contratantes, **preterindo** veículos de divulgação que não os concedam ou **priorizando** os que os ofereçam, **devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados**.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no **caput do art. 87 da Lei 8.666/1993**<sup>7</sup>.

**Art. 19.** Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao **desconto-padrão de agência** pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e

<sup>7</sup> Art. 87. Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - **advertência**;

II - **multa**, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - **suspensão temporária** de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - **declaração de inidoneidade** para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

§ 1º Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

§ 2º As sanções previstas nos **incisos I, III e IV deste artigo** poderão ser aplicadas juntamente com a do **inciso II**, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§ 3º A sanção estabelecida no **inciso IV deste artigo** é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação."





contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do **desconto-padrão de agência** de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

**Parágrafo único.** (VETADO)

**Art. 20.** O disposto nesta Lei será aplicado **subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação**, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

**Art. 21.** Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

**Art. 22.** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

*Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto*

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

# FAGALI

— ADVOCACIA —

**MUITO OBRIGADO PELA LEITURA !**

Conte conosco, da FAGALI ADVOCACIA, para qualquer esclarecimento adicional ou caso precise de qualquer auxílio jurídico relacionado ao Direito PÚBLICO, ao Direito PUBLICITÁRIO e da COMUNICAÇÃO, ao COMPLIANCE, ao Direito ANTICORRUPÇÃO, ao Direito ELEITORAL e/ou ao Direito PARLAMENTAR

(atendimento@fagali.com, ou pelo telefone: 11.3251.2921)



série

NORMAS DE DIREITO PUBLICITÁRIO E DA COMUNICAÇÃO