

CENTRO DE APOIO OPERACIONAL DA MORALIDADE ADMINISTRATIVA

CHECK LIST “CONTRATOS DE PUBLICIDADE” – LEI 12.232/2010
(Manual de Atuação do MP/RN)

	Previsão legal	Os requisitos legais foram satisfeitos?		Observações
		Sim	Não	
A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas possui caráter educativo, informativo ou de orientação social , não constando nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal do gestor ou dos servidores públicos?	Art. 37, §1º da CF			
Foi feita pesquisa mercadológica para a realização da despesa?	Art. 7º, §1º da Lei n. 8.666/93			
Há ofensa aos princípios da impessoalidade, moralidade, eficiência e legalidade?	Art. 37 da CF			
Foram incluídas na licitação outras atividades , tais como as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, vedadas por lei?	Art. 2º, §2º da Lei n. 12.232/2010			
Houve justificativa da Administração Pública para contratação de mais de uma Agência de Publicidade ?	Art. 2º, §3º da Lei n. 12.232/2010			
No caso supracitado, foi instaurado procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas após a contratação?	Art. 2º, §4º da Lei n. 12.232/2010			
As agências contratadas possuem certificado de qualificação técnica de funcionamento concedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)?	Art. 4º, §1º da Lei n. 12.232/2010			
No processo licitatório foi utilizado o tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”?	Art. 5º da Lei n. 12.232/2010			
O edital obedeceu às exigências do art. 40, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu §2º, da Lei de Licitações?	Art. 40 da Lei n. 8.666/93			
O edital respeitou as exigências do art. 6º da Lei n. 12.232/2010?	Art. 6º da Lei n. 12.232/2010			
A proposta de preço contem quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário?	Art. 6º, V, da Lei n. 12.232/2010			
O Plano de Comunicação Publicitária é composto pelos quesitos de: a) raciocínio básico; b) estratégia de comunicação; c) ideia criativa e d) estratégia de mídia e não-mídia?	Art. 7º, I a IV, da Lei n. 12.232/2010			
As propostas de preço foram apresentadas em um invólucro , enquanto que as propostas técnicas foram entregues em três invólucros distintos, organizados da seguinte forma:	-	-	-	-
1) Um envelope não identificado, contendo o plano de comunicação publicitária (o envelope, contendo essa via não identificada deve ser padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhuma identificação).	Art. 9º, §1º e §2º da Lei n. 12.232/2010			
2) um identificado, contendo o plano de comunicação publicitária;	Art. 9º, §1º e §2º da Lei n. 12.232/2010			
3) um identificado, para as demais informações da proposta técnica.	Art. 9º, §1º e §2º da Lei n. 12.232/2010			
Foi formada Subcomissão Técnica de, pelo menos, três membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que um terço deles não tenha nenhum vínculo com o órgão responsável pela licitação?	Art. 10, §1º da Lei n. 12.232/2010			
A escolha dos membros da Subcomissão se deu por meio de sorteio , em sessão pública, entre os nomes de uma lista que deve possuir, no mínimo, o triplo do	Art. 10, §2º da Lei n. 12.232/2010			

CENTRO DE APOIO OPERACIONAL DA MORALIDADE ADMINISTRATIVA

número de integrantes da Subcomissão, previamente cadastrados, sendo que, um terço desses profissionais não tem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão responsável pela licitação?				
A contratação possui valor estimado de até dez vezes o limite previsto na alínea "a" do inciso II, do art. 23, da Lei n. 8.666/93? Se superior, a Subcomissão Técnica possui no mínimo 6 integrantes?	Art. 10, §3º da Lei n. 12.232/2010			
A relação dos nomes dos integrantes da Subcomissão foi publicada na imprensa oficial em prazo não inferior a dez dias?	Art. 10, §4º da Lei n. 12.232/2010			
O processamento e o juízo da licitação ocorreu na seguinte sequência?	-	-	-	-
1) foram abertos os 2 invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º da Lei n. 12.232/2010, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial?	Art. 11, §4º, I da Lei n. 12.232/2010			
2) As propostas técnicas foram encaminhadas à subcomissão técnica para análise e julgamento?	Art. 11, §4º, II da Lei n. 12.232/2010			
3) Houve análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderam as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inc. XIV do art. 6º da Lei n. 12.232/2010?	Art. 11, §4º, III da Lei n. 12.232/2010			
4) Foi elaborada a 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?	Art. 11, §4º, IV da Lei n. 12.232/2010			
5) Houve análise individualizada e julgamento dos questos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei n. 12.232/2010, desclassificando-se as que desatenderam quaisquer exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório?	Art. 11, §4º, V da Lei n. 12.232/2010			
6) Foi elaborada a ata de juízo dos questos mencionados no inciso V do art. 11, mencionado no item 5 acima, 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?	Art. 11, §4º, VI da Lei n. 12.232/2010			
7) Foi realizada 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 questos 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?	Art. 11, §4º, VII da Lei n. 12.232/2010			
8) Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inc. I do art. 109 da Lei n. 8.666/93.	Art. 11, §4º, VIII da Lei n. 12.232/2010			
9) 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 n. 8.666/93, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no §2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço".	Art. 11, §4º, IX da Lei n. 12.232/2010			

CENTRO DE APOIO OPERACIONAL DA MORALIDADE ADMINISTRATIVA

10) Publicação do resultado do juízo final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inc. I do art. 109 da Lei n. 8.666/93.	Art. 11, §4º, X da Lei n. 12.232/2010			
11) Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação.	Art. 11, §4º, XI da Lei n. 12.232/2010			
12) Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inc. XI do art. 11 da Lei n. 12.232/2010, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório.	Art. 11, §4º, XII da Lei n. 12.232/2010			
13) Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inc. XI do art. 11 da Lei n. 12.232/2010, e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei n. 8.666/93.	Art. 11, §4º, XIII da Lei n. 12.232/2010			
14) Reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos inc. XI, XII e XIII do art. 11, §4º da Lei n. 12.232/2010, foi homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no §3º do art. 2º da Lei n. 12.232/2010.	Art. 11, §4º, XIV da Lei n. 12.232/2010			
Os custos e as despesas de veiculação apresentados aos contratantes foram 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?	Art. 15 da Lei n. 12.232/2010			
As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, foram divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados?	Art. 16 da Lei n. 12.232/2010			
O serviço de publicidade foi recebido por servidor ou comissão designada pela autoridade competentes, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observação, ou vistoria que comprove a adequação do objeto aos termos contratuais , observado o disposto no art. 69 da Lei n. 8.666/93?	Art. 73, I, "a" e "b" da Lei n. 8.666/93			
O contrato firmado entre a Administração Pública e as Agências de Publicidade estabelece o preço e as condições de pagamento , os critérios, data-base e periodicidade do reajustamento dos preços, os critérios de atualização monetária entre a data do adimplemento das obrigações e a do efetivo pagamento, como também os prazos de início de etapas de execução, de conclusão, de entrega, de observação e de recebimento definitivo, conforme o caso?	Art. 55, III e IV da Lei n. 8.666/93			
A liquidação da despesa para serviços de publicidade prestados teve, por base, os comprovantes da prestação efetiva do serviço?	Art. 63, §2º, III, da Lei n. 4.320/64			