

## 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 <b>caráter educativo, informativo ou de orientação social</b> , não constando nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal do gestor ou dos servidores públicos?	Art. 37, §1º da CF			
Foi feita <b>pesquisa mercadológica</b> para a realização da despesa?	Art. 7º, §1º da Lei n. 8.666/93			
Há ofensa aos <b>princípios</b> da impessoalidade, moralidade, eficiência e legalidade?	Art. 37 da CF			
Foram incluídas na licitação <b>outras atividades</b> , 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 <b>mais de uma Agência de Publicidade</b> ?	Art. 2º, §3º da Lei n. 12.232/2010			
No caso supracitado, foi instaurado procedimento de <b>seleção interna</b> entre as agências de propaganda contratadas após a contratação?	Art. 2º, §4º da Lei n. 12.232/2010			
As agências contratadas possuem <b>certificado</b> 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 <b>tipo</b> “melhor técnica” ou “técnica e preço”?	Art. 5º da Lei n. 12.232/2010			
O <b>edital</b> 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 <b>art. 6º</b> da Lei n. 12.232/2010?	Art. 6º da Lei n. 12.232/2010			
A proposta de preço contem quesitos representativos das <b>formas de remuneração</b> vigentes no mercado publicitário?	Art. 6º, V, da Lei n. 12.232/2010			
O <b>Plano de Comunicação Publicitária</b> 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 <b>invólucro</b> , 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 <b>Subcomissão Técnica</b> 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 <b>sorteio</b> , 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 <b>valor</b> 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 <b>publicada</b> na imprensa oficial em prazo não inferior a dez dias?	Art. 10, §4º da Lei n. 12.232/2010			
O processamento e o <b>juízo</b> da licitação ocorreu na seguinte sequência?	-	-	-	-
1) foram abertos os <b>2 invólucros</b> 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 <b>propostas técnicas</b> 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 <b>plano de comunicação</b> 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 <b>ata de julgamento</b> 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 <b>questos</b> 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 <b>juízo</b> 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 <b>sessão pública</b> 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 <b>resultado</b> 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 <b>invólucros</b> 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 <b>juízo final</b> 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 <b>classificados</b> 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 <b>habilitação</b> 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 <b>habilitação</b> 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 <b>custos e as despesas de veiculação</b> apresentados aos contratantes foram acompanhados da demonstração do <b>valor devido ao veículo</b> , de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de <b>relatório de checagem de veiculação</b> , 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, <b>foram divulgadas em sítio próprio aberto</b> 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 <b>recebido</b> 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 <b>adequação do objeto aos termos contratuais</b> , 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 <b>preço e as condições de pagamento</b> , 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 <b>liquidação</b> 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			