

OFÍCIO CIRCULAR 007/2024/SINAPROMT

Ilustríssimo Senhor Presidente da Câmara Municipal de Cáceres – Estado do Mato Grosso

IMPUGNAÇÃO – EDITAL – PREGÃO ELETRÔNICO Nº 002/2024

Senhor Presidente.

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO MATO GROSSO – SINAPRO/MT, com sede na Avenida Miguel Sutil, 10654 – sala 10, na Cidade de Cuiabá - MT, inscrita no CNPJ (MF) sob o nº 02.527.043/0001-55 como Entidade Sindical, representante da categoria econômica das Agências de Propaganda no estado, vem, através da Comissão Permanente de Pregão, nos termos do disposto no art. 164, caput, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, respeitosamente, IMPUGNAR o EDITAL PREGÃO ELETRÔNICO Nº 002/2024, pelos motivos abaixo expostos:

1. A Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, dispõe em seu art. 1º:

“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.” (n.g.)

Portanto, a Lei Federal nº 12.232/2010 aplica-se à Câmara Municipal de Cáceres–MT e deve ser por ela respeitada, sob pena de responsabilização, conforme previsto na Lei Federal nº 14.133/21.

2. O Art. 5º da Lei nº 12.232/10 estabelece quais modalidades e tipos deverão ser adotados pelos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, para processar licitações objetivando a contratação da prestação de serviços publicitários.

Por força do que dispõe o Art. 5º da Lei nº 12.232/2010, somente poderiam ser adotadas à época, as modalidades previstas no Art. 22 da Lei nº 8.666/93 que foi revogada e substituída pela Lei nº 14.133/2021, cujo art. 29, parágrafo único dispõe:

.....

“Parágrafo único. O pregão não se aplica às contratações de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual e de obras e serviços de engenharia, exceto os serviços de engenharia de que trata a alínea “a” do inciso XXI do caput do art. 6º desta Lei.” (n.g.)

3. Portanto, não há como, legalmente, dar prosseguimento ao PREGÃO ELETRÔNICO nº 002/2024, uma vez que:

a) Ele contempla a contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade e propaganda, conforme consta do Anexo I ao Edital, e tais serviços não podem ser contratados na modalidade PREGÃO, como estabelecido no PREGÃO ELETRÔNICO, porque afronta o disposto no Art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010

e no Art. 29, parágrafo único da Lei nº 14.133/2021. E mais: só podem ser prestados por Agências de Propaganda certificadas pelo CENP (art. 4º, §1º da Lei Federal nº 12.232/10);

b) A modalidade PREGÃO, eletrônico ou não, aplica-se somente a serviços comuns, como determina o TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO (TCU), na obra "Licitações e Contratos – Orientações e Jurisprudência do TCU", 4ª ed., p.62, a saber:

"Bens e Serviços comuns

Bens e Serviços comuns são produtos cuja escolha deve ser feita com base somente nos preços ofertados, por serem comparáveis entre si e não necessitarem de avaliação minuciosa. São exemplos:

bens: canetas, lápis, borrachas, água, café, açúcar, mesas, cadeiras, veículos e aparelhos de ar refrigerado etc.;

serviços: confecção de chaves, manutenção de veículos, colocação de piso, troca de azulejos e pintura de paredes etc."

.....

Limitou a Lei nº14.133/2021, em seu art. 29, a utilização da modalidade pregão somente para aquisição de bens e serviços comuns assim definidos no art. 6º, inc. XIII da Lei acima citada.

Licitação na modalidade pregão não se configura instrumento hábil à aquisição de bens e serviços incomuns, à aquisição de serviços técnicos especializados, de natureza intelectual.

É importante ter presente, que o Acórdão 550/2008 – Plenário do TCU, estabelece:

"A utilização indevida da modalidade pregão para aquisição de bens e serviços que não caracterizem como "comuns", consoante preceitua o parágrafo único do Art. 1º

da Lei nº 10.520/2002, Lei do Pregão, enseja a anulação do respectivo certame licitatório.”

4. Os serviços mencionados no Anexo I, do Edital de PREGÃO ELETRÔNICO nº 002/2024, são caracteristicamente publicitários; são serviços incomuns, intelectuais e envolvem criatividade, técnica e método de comunicação; e não podem ser contratados por PREGÃO e nem no tipo MENOR PREÇO, sob pena de afronta ao Art. 5º da Lei nº 12.232/2010, com consequente aplicação das penalidades legais previstas.

Com efeito, dispõe o item 1.1 do Anexo I:

“1.1. Constitui objeto do presente instrumento o registro de preços para futura e eventual contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade para divulgação de campanhas e ações, realizados pelo poder legislativo municipal de Cáceres-MT, na modalidade MENOR PREÇO, conforme especificações contidas neste termo de referência, para atender a demanda da Câmara Municipal de Cáceres-MT.”

Os serviços mencionados no item 1.1, do Anexo I contemplam a distribuição de propaganda e publicidade aos Veículos e Meios de Divulgação e são os mesmos constantes do Art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10, considerados legalmente como SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, que só podem ser licitados e contratados pela Administração Pública segundo as normas gerais baixadas pela Lei supra citada.

5. Na obra “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração – Lei nº 12.232/2010”, p. 231, item 1.3, o Prof. Marçal Justen Filho, com a autoridade que detém sobre a matéria, considera:

“1.3. A implícita exclusão do pregão

A referência expressa da Lei nº 12.232 às modalidades licitatórias da Lei nº 8.666 implicou o reconhecimento da inadequação do uso do pregão. Não cabem maiores aprofundamentos sobre essa figura, disciplinada pela Lei nº 10.520. Basta considerar que o pregão é destinado à licitação de contratações com objeto destituído de peculiaridades diferenciadas. A natureza intrinsecamente criativa dos serviços de publicidade impede o seu enquadramento nos pressupostos de aplicação do pregão.”

6. Anote-se que o pregão é uma licitação de tipo menor preço (ou maior desconto), não sendo compatível com a “melhor técnica” ou a “técnica e preço”, que são utilizadas para contratação de serviços de publicidade, como determina o art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

E mais: os serviços publicitários licitados implicam na criação de campanhas cuja divulgação o Edital prevê em seu Anexo I, e a criação de tais campanhas somente pode ser feita por Agências de Propaganda. Com efeito dispõe o art. 1º, caput e §1º da Lei nº 12.232/2010:

“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.” (n.g.)

Ainda que o “Objeto” se limitasse a serviços de divulgação, exclusivamente, o que não ocorre, os mesmos não podem ser caracterizados como “comuns”, como assegura o “Estudo Técnico Preliminar”, mencionado no item 1.4 do Anexo I do Edital.

Todo e qualquer serviço de divulgação, para que cumpra a finalidade visada, depende de um planejamento técnico feito por uma Agência de Propaganda.

Tal planejamento implica num amplo levantamento sobre tempo, território, hábitos da população que deve ser alcançado pela mensagem etc..

É necessário pesquisas e as Agências de Propaganda certificadas pelo CENP, as têm. Não basta apenas comprar espaço/tempo e inserir a matéria, é preciso planejar a mídia para alcançar um retorno positivo também em termos da imagem da Câmara, tomando o cuidado necessário para não deixar o público formador de opinião, em segundo plano. Por exemplo: é preciso saber qual programa de qual emissora de rádio, é ouvido pelo público que forma opinião, e em qual horário ocorre o pico da audiência.

A verba deve ser aplicada com rigorosos critérios técnicos, tal aplicação deve ser planejada, e esses serviços não são comuns.

7. Por todo o exposto, e com fulcro no Art. 164, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021, o SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO MATO GROSSO – SINAPRO/MT vem IMPUGNAR o Edital de PREGÃO ELETRÔNICO Nº 002/2024, por ILEGALIDADE decorrente do desrespeito à disposição expressa na Lei Federal nº 12.232/2010, requerendo a imediata anulação do mesmo e a retomada do processo dentro das disposições legais aplicáveis.

Termos em que,

P. e E. Provimento

Cuiabá (MT), 18 de abril de 2024.



Fabiana Silva Campelo

Secretária Executiva Sinapro-MT