



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

Ofício DIRAFI nº 90/2018.

Belo Horizonte, 24 de setembro de 2018.

Ref.: Concorrência nº 1/2018 (publicidade): impugnação.

Senhor Presidente,

O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais volta a apresentar impugnação, agora incidente sobre a versão alterada do edital respectivo.

As contrariedades são as seguintes, analisadas e respondidas na ordem em que aparecem na peça de contestação:

1 - sobre o subitem 3.3.1.1: pretende o impugnante que o edital impede “o desenvolvimento de uma comunicação eficiente”, ao suprimir serviço que ele classifica como essencial, qual seja, a pesquisa ou outra forma de avaliação.

Demonstra o impugnante ter feito leitura no mínimo desatenta da lei que rege a licitação de publicidade, mesmo a tendo transcrito na parte referente à sua contrariedade; é que é essa lei que expressamente *faculta* ao contratante fazer uso daquele tipo de serviço, tendo a Câmara feito uso dessa sua prerrogativa exclusiva, excluindo o mencionado serviço.

E o fez, vale dizer, por gastos similares no passado, no âmbito de seus contornos institucionais, terem se revelado absolutamente ociosos, em nada contribuindo para a melhoria do mesmo serviço e nem mesmo impactando a ação das sucessivas empresas prestadoras da atividade.

2 - sobre o subitem 3.4.2: pretende o impugnante que o edital, ao impedir campanha de orientação social, contraria a Constituição.

Uma vez mais, revela o impugnante desconhecimento da técnica interpretativa de um texto normativo, ou o vício de fazê-lo sob prisma de mera conveniência pontual; é que a Constituição define o campo máximo da publicidade institucional, nem de longe impondo que se faça tudo o que ela permite.

Dentro do campo legitimado pelo dispositivo constitucional, pode o administrador escolher o que fará, e foi exatamente isso o que fez a Câmara, ao dar a amplitude do serviço que quer contratar e pelo qual pretende gastar o recurso público.

3 - sobre o subitem 3.7.1: pretende o impugnante que o edital contempla regra confusa ao ampliar o alcance da regra legal sobre procedimento público de obtenção de preço de serviços especializados.

Ainda uma vez o impugnante desvirtua o sentido da regra legal; esta libera a contratação de terceiros para determinados serviços, quando o custo for até certo valor, sendo que a Câmara opta, dentro de sua faculdade discricionária, por adotar perfil mais severo nesse campo.

Não há confusão alguma, mas simples preferência por mais controle na contratação de terceiros, em favor da transparência e do controle ingente sobre a contratada.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

O texto adotado no edital é claro, simples e direto, além de mais criterioso no zelo com o dinheiro estatal.

4 - sobre o subitem 3.8 e 3.8.1: pretende o impugnante que o edital prejudica a economicidade do futuro serviço, ao exigir a apresentação de 3 (três) estratégias de mídia, para escolha, pela Câmara, de qual deverá ser efetivada.

Cabe à Câmara, e só a ela, definir a forma de execução do serviço.

Ao contrário do que pretende o impugnante, a empresa contratada não terá, e não deve mesmo ter, a liberdade de escolher o rumo do gasto público.

Eventual impacto dessa exigência, no custo a ser cotado pelos licitantes, certamente será compensado, e com largueza de espaço, pela entrega efetiva à Câmara de custos variados das estratégias aptas a serem seguidas, cujos perfis centrais já foram esboçados no mesmo item questionado.

A Câmara, assim, terá, com antecedência, ideia das possibilidades diversas de custo da campanha e, portanto, poderá sempre decidir com maior clareza, em favor da eficiência e da economicidade final.

5 - sobre o subitem 3.8.4: pretende o impugnante que o edital impõe ônus impróprio à contratada, ao exigir a criação e manutenção de um site para veiculação dos atos pertinentes ao contrato.

É a lei que cria essa exigência; ela, é verdade, não define quem deverá fazê-lo, e para superar essa lacuna dispositiva, o edital clareia o fato.

Além de ser uma possibilidade material, diante da lei e considerando que certamente isso impactará seu custo empresarial, essa regra do edital viabiliza que o intento legal realmente seja cumprido, em favor da transparência e do controle social da despesa.

Deve-se considerar, sempre, que a Administração Pública não possui a liberdade de contratação própria da iniciativa privada, o que significa que teria ela de contratar, por licitação própria, esse serviço, visto que o site deve, por força de lei, ser específico.

Com o esclarecimento contido no edital, a regra legal poderá e será efetivamente cumprida, e o custo respectivo estará já diluído em todo o valor contratual.

6 - sobre o subitem 3.1.13: pretende o impugnante que o edital acolhe regra limitadora e antieconômica, ao estipular que a auditoria do contrato, responsabilidade da empresa a ser contratada, seja feita junto a empresas do ramo com experiência mínima de 5 (cinco) anos.

O objetivo é claramente o de, em garantia na qualificação dos gastos públicos, que a empresa responsável pelo controle tenha real experiência.

Trata-se de uma regra objetiva, preenchendo o que a lei exige, e não abraçando regra genérica e passível de deturpação, como a pretendida regra de "*experiência e credibilidade*".

O que se quer, para evitar os problemas recentemente havidos no âmbito da própria Câmara, é que apenas entidades comprovadamente experientes possam exercer a missão que a lei lhe confere.

7 - sobre o subitem 3.7.1: pretende o impugnante que o edital estipulou valor restritivo para a campanha referencial para o processo licitatório.

Tal afirmativa é por demais lacunar, pois, tal como todas as outras contrariedades anteriores, limita-se a dogmaticamente afirmar uma "*verdade*".

O valor estipulado (R\$ 200 mil, para 5 dias) corresponde a percentual significativo para todo o montante que se pretende gastar, em 1 (um) ano de serviço (R\$ 3 milhões).



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

Regra simples de proporcionalidade!

A criatividade de uma empresa de publicidade deve ser exatamente essa: revelar capacidade de informar e esclarecer, com pouco dinheiro.

O objetivo do termo de referência apresentado, seguindo as linhas ordenadas por Vossa Excelência, é exatamente esse, qual seja, o de se fazer campanhas simples e eloquentes; ao contrário de outros exemplos, a Câmara, agora, não quer iludir pela pomposidade, mas realmente esclarecer com conteúdo.

Neste sentido, o valor é, pois, proporcional e coerente com o que se pretende.

8 - sobre o subitem 10.11: pretende o impugnante que o edital impõe condição em contrariedade à lei fiscal, o que estaria a ocorrer por se exigir recolhimento do imposto de renda até o dia 15 de cada mês, quando o correto, pela lei, é o dia 20; ademais, seria exigência desnecessária, por se fazer retenção na folha.

Quanto à retenção, a regra para publicidade é específica (Decreto nº 3.000/1999, art. 651 c/c IN SRF nº 123/1992, art. 2º e 3), não cabendo a alegação feita; caso isso mude, automaticamente ficará cumprida a exigência do edital, na medida em que a nota já trará a informação por ele reclamada.

Quanto à data, equivocou-se o impugnante, na medida em que o edital apenas exige uma informação que já seja, por óbvio, devida; não cabe a ele, edital, fixar regra de caráter fiscal do âmbito da União.

Assim, a exigibilidade permanece a que decorre das normas federais, devendo a comprovação respectiva, perante a Câmara, dar-se no prazo do edital; as regras são compatíveis e complementares, cada uma na sua esfera.

9 - sobre o briefing: pretende o impugnante que o edital não apresentou todos os itens exigidos por lei para o briefing, o que comprometeria o azo das licitantes em elaborar suas propostas.

Ao contrário do que se afirma na impugnação, tudo o que deve constar em edital para a elaboração do briefing está contido no conjunto do termo de referência e seus anexos, devendo os interessados ler todo o material, incluindo o claro, completo e específico Anexo IV (Orientações e exigências relativas à proposta técnica).

O edital é um todo uno e indivisível, devendo ser encarado como tal pelos concorrentes.

Quanto à alegação de que o briefing acarretará possível falta de isonomia entre os planos de comunicação publicitária a serem apresentados pelas agências competidoras, trata-se isso de uma completa bizzaria: todas as interessadas estão recebendo as mesmas informações através do edital e, portanto, possuem, de forma equânime, os dados necessários e suficientes para a elaboração das campanhas simuladas; o que variará será, exatamente, a capacidade de cada uma em elaborar sua proposta.

10 - sobre a excessiva e incorreta valoração do preço: pretende o impugnante, de novo, questionar a possibilidade de a Câmara valorar o preço com deferência.

Esse tema foi enfrentado com minudência quando da primeira impugnação, não se trazendo, agora, nenhum dado substancialmente novo e relevante.

Nenhum dispositivo legal que trata do assunto estabelece quais seriam os pesos a serem utilizados em cada caso e nem estabelece regras quanto a isso, deixando a critério do órgão licitante definir essa questão, o que deverá se dar de acordo com suas conveniências e necessidades.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

A Câmara, dentro da discricionariedade administrativa que lhe é pertinente, optou pela definição de pesos distintos para as notas técnica e de preços, com a devida justificativa no ato convocatório, considerando, inclusive, experiências anteriores obtidas em contratações desse tipo.

A economia no custo de cada campanha, dentro do perfil de necessidade que se vislumbra para a Câmara, é valor importante e condutor da escolha feita, dentro dos limites admitidos pela lei, não alcançando a escolha de nenhum outro órgão.

O regime brasileiro é federativo e de autonomia dos entes públicos, só havendo impedimentos nesse cenário quando e se a lei o fizer, o que não ocorre aqui, ao menos não na linha pretendida pelo impugnante.

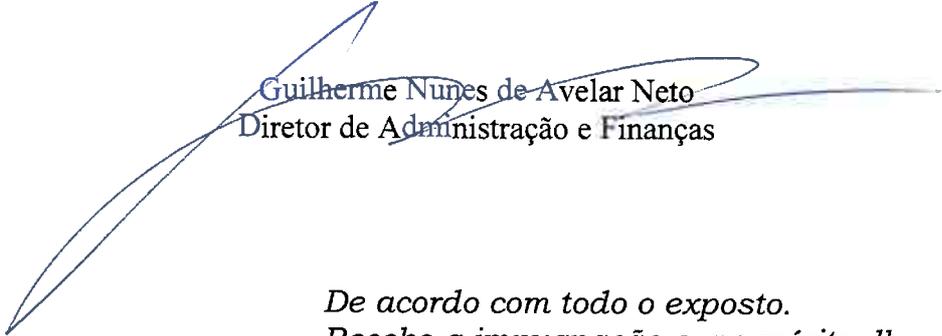
A Câmara busca, dessa feita, campanhas simples e diretas, e isso está dito com toda clareza no termo de referência; assim, também aí deve valer o princípio da eficiência almejada, consorciada com o da economicidade: com menos, se poderá fazer mais.

A Câmara acredita que há no mercado empresas aptas a trabalhar sob preços acessíveis, mesmo que eventualmente jejunais.

O que ela quer é transparência, efetivo controle e baixo custo individual.

Pelo conjunto eloquente dos questionamentos feitos pelo impugnante, parece que a Câmara alcançou seu desiderato!

À consideração de Vossa Excelência.


Guilherme Nunes de Avelar Neto
Diretor de Administração e Finanças

De acordo com todo o exposto.

Recebo a impugnação e, no mérito, lhe dou improvimento.

Publique-se.


Vereador Henrique Braga
Presidente