

TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DA BAHIA

AJU: ASSESSORIA JURÍDICA

ORIGEM: CÂMARA MUNICIPAL DE RIACHÃO DO JACUÍPE

PROCESSO Nº 06427e19

PARECER Nº 00797-19

T.P.B. Nº 27/2019

CONTRATAÇÃO DE EMISSORA DE RÁDIO PARA VEICULAÇÃO/DIVULGAÇÃO DOS ATOS, DAS AÇÕES E DAS ATIVIDADES DO PODER LEGISLATIVO. POSSIBILIDADE. UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE LICITATÓRIA PREGÃO. PROMOÇÃO PESSOAL. IMPOSSIBILIDADE.

É possível a contratação, mediante processo licitatório regido pela Lei nº 8.666/1993 e pela Lei Estadual nº 9.433/2005, de emissora de rádio, para fins de veiculação dos atos, das ações e das atividades do Poder Legislativo, com o objetivo de proporcionar à sociedade o conhecimento das discussões, votações e dos posicionamentos dos Edis, ficando vedada a prática de medidas que caracterizem a promoção pessoal dos mesmos, como é o caso da divulgação da atuação parlamentar de forma individualizada. Recomenda-se a utilização da modalidade de licitação denominada Pregão eletrônico, adotando-se o critério de menor preço para julgamento e classificação das propostas. A despesa respectiva deve ter previsão na Lei Orçamentária e na Lei de Diretrizes Orçamentárias.

O Presidente da Câmara de Vereadores do **MUNICÍPIO DE RIACHÃO DO JACUÍPE**, Sr. Antônio Walter Carneiro Lima, por intermédio de expediente endereçado a este Tribunal de Contas dos Municípios do Estado da Bahia, aqui protocolado sob o nº 06427e19, questiona-nos:

“a) A Câmara de Vereadores pode contratar emissora de Radiodifusão, em Amplitude Modulada – AM e Frequência Modulada – FM, para vinculação semanal de Programa Institucional de divulgação dos seus atos, das suas ações e atividades legislativas?

b) Qual a forma e/ou modalidade de licitação pode ser usada na execução do referido objeto?

c) A atuação parlamentar dos Senhores Vereadores podem ser veiculada no Programa Institucional? Em caso afirmativo, qual a forma ou modo de participação?” (destaques no original)

Inicialmente, registre-se que **os pronunciamentos desta Unidade, nos processos de Consulta, são confeccionados sempre em tese, razão pela qual não nos cabe analisar e opinar diante do caso concreto apresentado.**

Ademais, ressalte-se que, na casuística, tendo em vista as peculiaridades de cada situação posta, esta Corte de Contas, mediante decisão do Tribunal Pleno ou da Câmara, pode emitir pronunciamento dissonante sobre o assunto ora tratado.

Dito isso, cumpre pontuar que, da leitura dos termos da Consulta, infere-se que a dúvida do Jurisdicionado perpassa pela contratação de emissora de rádio para veiculação e divulgação dos atos, das ações e das atividades legislativas, que, na sua essência, difere-se dos serviços de publicidade descritos no artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, *in verbis*:

“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.” (grifos aditados)

Com efeito, sendo a intenção da Administração Pública tão somente a contratação de serviços de veiculação e divulgação das atividades rotineiras da Câmara de Vereadores, no intuito de proporcionar à sociedade o conhecimento das discussões, votações e dos posicionamentos dos seus representantes, tal contrato deve ser precedido do procedimento licitatório disciplinado na Lei nº 8.666/1993, bem como na Lei Estadual nº 9.433/2005, que “Dispõe sobre as licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes do Estado da Bahia e dá outras providências”.

Nesse sentido, vale trazer a lume o teor do Parecer emitido por esta Assessoria Jurídica nos autos dos do Processo nº 01950-17. Confira-se:

“A Lei nº 12.232/10 regulamenta o processo de licitação que tenha por objeto específico os serviços de publicidade, tais como definidos no seu art. 2º, cuja redação é semelhante à definição dada pelo art. 3º da Lei nº 4.680/65, que disciplina o exercício das profissões de publicitário e de agenciador de propaganda.

O art. 2º da Lei nº 12.232/10 assim dispõe:

“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**” (grifamos).

Do texto legal transcrito, observa-se que o dispositivo foi transportado quase na sua integralidade de norma voltada à publicidade de cunho mercadológico, sem os cuidados de adaptá-lo ao art. 37, § 1º, da Constituição Federal, que limita a publicidade do Poder Público às **situações de utilidade pública**, divulgando serviços postos à disposição dos cidadãos, informando, educando e orientando preventivamente a população; e **às de interesse institucional**, divulgando metas, ações e resultados de políticas públicas, amparando o controle social e desenvolvendo o debate popular. A exceção encontra-se no art. 173, da Carta Federal, visto que quando o Estado atua explorando atividade econômica é que

surge a necessidade de uma publicidade comercial, voltada à promoção da venda de bens e serviços.

A aplicação da Lei nº 12.232/10 ao processo que gera a contratação no Poder Público é determinada pelos serviços de publicidade que serão objeto do certame. Deste modo, se a Administração necessita contratar a completude das atividades, aplica-se a Lei nº 12.232/10, atendendo às disposições dos seus arts. 1º e 2º, o que nos faz entender que se o ente público não necessita contratar todo o conjunto dos serviços, mas apenas algum deles, deve aplicar a Lei nº 8.666/93, vale dizer, que, em princípio, a pretensão isolada quanto à distribuição de “publicidade” aos veículos e demais meios de divulgação não estaria abrangida pela Lei nº 12.232/2010.

Mais adiante, o art. 5º do supracitado diploma legal estabelece que *“as licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.*

Desse modo temos que para o Poder Público contratar prestação de serviço de publicidade deve observar as disposições da lei nº 8.666/93 c/c a lei nº 12.232/10, quando o produto almejado for todo o conjunto de atividades descritas naquela norma.

Se a Administração Pública pretende **tão-somente contratar serviços de divulgação e veiculação de publicidade junto a veículos de comunicação,** pode-se adotar o procedimento licitatório, tendo como critério para o julgamento das propostas o “menor preço”, (...).” (destaques no original)

O Eg. Tribunal de Contas do Estado do Paraná nos autos do Processo nº 114386/11, que teve como Relator o Exmo. Conselheiro Heinz Georg Herwig, também entendeu que:

“(...) a contratação de empresa para transmissão e geração de imagens para canal de TV a Cabo das sessões ordinárias, extraordinárias, audiências públicas e demais eventos promovidos pela Câmara Municipal de Pato Branco, não segue o rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, que se direciona a serviços de publicidade dotados de maior complexidade, conforme descrito em seu artigo 2º, caput e §1º, mas deve seguir os procedimentos licitatórios descritos na Lei Federal nº 8.666/93.” (destaques no original)

Assim sendo, tem-se que **é possível a contratação de serviços de veiculação e divulgação dos atos, das ações e das atividades legislativas pela Câmara de Vereadores, devendo-se observar, para tanto, os procedimentos e regras dispostas na Lei nº 8.666/1993 e na Lei Estadual nº 9.433/2005.**

Com relação ao procedimento licitatório aplicável na situação ora delineada, algumas considerações merecem ser tecidas; se não, vejamos.

Nos termos do quanto disposto no artigo 37, XXI, da Constituição Federal, a regra no serviço público é a contratação de obras, serviços, compras e alienações mediante processo de licitação pública, que:

“assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.”

As exceções, por sua vez, segundo o referido artigo, deverão estar expressamente previstas na legislação. Neste sentido, o *caput* do artigo 2º da Lei nº 8.666/1993 preceitua que:

“Art. 2º As obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contratadas com terceiros, serão necessariamente precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas nesta Lei.”

Como se vê, a legislação consagra a licitação como o procedimento administrativo pelo qual o Ente Público, de acordo com as condições assentadas em convocação própria, aliena, adquire ou loca bens e realiza obras ou serviços, escolhendo, dentre as propostas apresentadas, a mais vantajosa ou conveniente em função de critérios previamente instituídos.

Deve ser pautada nos princípios da igualdade, da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública, dentre outras diretrizes traçadas no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, *in verbis*:

“Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§1º É vedado aos agentes públicos:

I - admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo, inclusive nos casos de sociedades cooperativas, e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do

contrato, ressalvado o disposto nos §§ 5º a 12 deste artigo e no art. 3º da Lei nº 8.248, de 23 de outubro de 1991;

II - estabelecer tratamento diferenciado de natureza comercial, legal, trabalhista, previdenciária ou qualquer outra, entre empresas brasileiras e estrangeiras, inclusive no que se refere a moeda, modalidade e local de pagamentos, mesmo quando envolvidos financiamentos de agências internacionais, ressalvado o disposto no parágrafo seguinte e no art. 3º da Lei nº 8.248, de 23 de outubro de 1991.

§2º Em igualdade de condições, como critério de desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços:

I – (Revogado)

II - produzidos no País;

III - produzidos ou prestados por empresas brasileiras.

IV - produzidos ou prestados por empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País.

V - produzidos ou prestados por empresas que comprovem cumprimento de reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atendam às regras de acessibilidade previstas na legislação.

§3º A licitação não será sigilosa, sendo públicos e acessíveis ao público os atos de seu procedimento, salvo quanto ao conteúdo das propostas, até a respectiva abertura.

§4º (Vetado).

§5º Nos processos de licitação, poderá ser estabelecida margem de preferência para:

I - produtos manufaturados e para serviços nacionais que atendam a normas técnicas brasileiras; e

II - bens e serviços produzidos ou prestados por empresas que comprovem cumprimento de reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atendam às regras de acessibilidade previstas na legislação.

§6º A margem de preferência de que trata o § 5º será estabelecida com base em estudos revistos periodicamente, em prazo não superior a 5 (cinco) anos, que levem em consideração:

I - geração de emprego e renda;

II - efeito na arrecadação de tributos federais, estaduais e municipais;

III - desenvolvimento e inovação tecnológica realizados no País;

IV - custo adicional dos produtos e serviços; e

V - em suas revisões, análise retrospectiva de resultados.

§7º Para os produtos manufaturados e serviços nacionais resultantes de desenvolvimento e inovação tecnológica realizados no País, poderá ser estabelecido margem de preferência adicional àquela prevista no § 5º.

§8º As margens de preferência por produto, serviço, grupo de produtos ou grupo de serviços, a que se referem os §§ 5º e 7º, serão definidas pelo Poder Executivo federal, não podendo a soma delas ultrapassar o montante de 25% (vinte e cinco por cento) sobre o preço dos produtos manufaturados e serviços estrangeiros.

§9º As disposições contidas nos §§ 5º e 7º deste artigo não se aplicam aos bens e aos serviços cuja capacidade de produção ou prestação no País seja inferior:

I - à quantidade a ser adquirida ou contratada; ou

II - ao quantitativo fixado com fundamento no § 7º do art. 23 desta Lei, quando for o caso.

§10. A margem de preferência a que se refere o § 5º poderá ser estendida, total ou parcialmente, aos bens e serviços originários dos Estados Partes do Mercado Comum do Sul – Mercosul.

§11. Os editais de licitação para a contratação de bens, serviços e obras poderão, mediante prévia justificativa da autoridade competente, exigir que o contratado promova, em favor de órgão ou entidade integrante da administração pública ou daqueles por ela indicados a partir de processo isonômico, medidas de compensação comercial, industrial, tecnológica ou acesso a condições vantajosas de financiamento, cumulativamente ou não, na forma estabelecida pelo Poder Executivo federal.

§12. Nas contratações destinadas à implantação, manutenção e ao aperfeiçoamento dos sistemas de tecnologia de informação e comunicação, considerados estratégicos em ato do Poder Executivo federal, a licitação poderá ser restrita a bens e serviços com tecnologia desenvolvida no País e produzidos de acordo com o processo produtivo básico de que trata a Lei nº 10.176, de 11 de janeiro de 2001.

§13. Será divulgada na internet, a cada exercício financeiro, a relação de empresas favorecidas em decorrência do disposto nos §§ 5º, 7º, 10, 11 e 12 deste artigo, com indicação do volume de recursos destinados a cada uma delas.

§14. As preferências definidas neste artigo e nas demais normas de licitação e contratos devem privilegiar o tratamento diferenciado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte na forma da lei.

§15. As preferências dispostas neste artigo prevalecem sobre as demais preferências previstas na legislação quando estas forem aplicadas sobre produtos ou serviços estrangeiros.”

Tratando-se da contratação de rádio para veiculação e divulgação dos atos, das ações e das atividades legislativas, ou seja, de serviços “cujos padrões de desempenho e qualidade possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado” (artigo 1º, parágrafo único, da Lei nº

10.520/2002), recomenda-se a utilização da modalidade de licitação denominada Pregão.

No que concerne ao conceito de "bens e serviços comuns", Marçal Justen Filho, em sua obra "Pregão: Comentários à Legislação do Pregão Comum e Eletrônico", 2ª edição, Dialética, página 27, leciona que:

"O núcleo do conceito de bem ou serviço comum reside nas características da prestação a ser executada em prol da Administração Pública. O bem ou serviço é comum quando a Administração não formula exigências específicas para uma contratação determinada, mas se vale dos bens e serviços tal como disponíveis no mercado. Poderia afirmar-se que a disponibilidade no mercado é a primeira característica que dá identidade ao bem ou serviço qualificável como comum. Isso significa que o pregão poderá ser adotado sempre que a Administração puder localizar no mercado, sem qualquer dificuldade, o objeto de que necessita. Daí decorre a impossibilidade de aplicação do pregão para objetos que apresentem características peculiares ou que demandem inovações destinadas a atender necessidades próprias e exclusivas da Administração. Um exemplo permite compreender melhor a distinção. Um programa de computador pode ser um bem comum, quando se tratar do chamado software de prateleira. Suponha-se que a Administração resolva adquirir um aplicativo para processamento de texto, reconhecendo a ausência de necessidade de qualquer especificação determinada. Existem diversos produtos no mercado, que podem ser fornecidos à Administração sem qualquer inovação ou modificação. A hipótese configura um bem comum. Imagine-se, no entanto, que a Administração necessite o desenvolvimento de um programa destinado a fins especiais, tal como um gerenciador de banco de dados para aposentados. Deverá produzir-se a contratação de serviços especializados, cujo resultado poderá não ser único – mas que envolverá uma prestação sob medida para a Administração. Esse não será um serviço licitável por meio de pregão."

Impende esclarecer, também, que o Pregão Presencial é aquele desenvolvido em sessão pública, contando com a participação física dos licitantes, em que a disputa ocorre por meio de propostas escritas e lances verbais. Já o Pregão Eletrônico é aquele em que a disputa desenvolve-se à distância, por meio de sistema que promove a comunicação entre a Administração licitadora e os licitantes pela *internet*.

A União, no intuito de redisciplinar o Pregão Eletrônico, editou o Decreto Regulamentador nº 5.450/2005, com o objetivo de proporcionar maior eficiência, agilidade, economicidade e transparência às compras governamentais de bens e serviços comuns.

Observe-se que o artigo 4º do supracitado Decreto estabelece que:

"Art.4º - Nas licitações para aquisição de bens e serviços comuns será obrigatória a modalidade pregão, sendo preferencial a utilização da sua forma eletrônica.

§1º O pregão deve ser utilizado na forma eletrônica, salvo nos casos de comprovada inviabilidade, a ser justificada pela autoridade competente.

(...)"

Portanto, na esfera federal, o Pregão Eletrônico é a forma preferencial para aquisição de bens e serviços comuns, podendo somente ser afastado mediante justificativa da inviabilidade de sua escolha, situação na qual a entidade poderá adotar a forma preferencial.

Nesse sentido, este TCM, em 19/08/2015, publicou a Instrução nº 1/2015, sugerindo a todos os jurisdicionados a adoção, preferencial, do Pregão Eletrônico, consoante dispõe o seu artigo 1º: "**As Prefeituras e Câmaras Municipais deverão priorizar a adoção do Pregão Eletrônico nas licitações realizadas no âmbito dos municípios**" (destaques adotados).

Para a realização do Pregão, faz-se necessária uma fase preparatória ou fase interna, oportunidade em que a autoridade competente, primeiramente, justificará a necessidade da contratação e, ao fazê-lo, deverá definir o objeto da competição, os critérios de aceitação das propostas, as sanções por inadimplemento e as cláusulas do contrato, inclusive com fixação dos prazos para fornecimento.

Nesse procedimento, onde constarão as citadas justificativas, serão indicados também "os indispensáveis elementos técnicos sobre os quais estiverem apoiados, bem como o orçamento, elaborado pelo órgão ou entidade promotora da licitação, dos bens ou serviços a serem licitados" (artigo 3º, III, da Lei nº 10.520/2002).

Será designado, ainda, o Pregoeiro, a quem incumbe dirigir os trabalhos, inclusive receber as propostas e lances, analisar a sua aceitabilidade e classificação e, também, decidir sobre a habilitação e proceder à adjudicação do objeto do Pregão ao licitante vencedor. Para tanto, contará com equipe de apoio, que, na sua maioria, será integrada de servidores ocupantes de cargo efetivo ou emprego da Administração,

preferencialmente pertencentes ao quadro permanente do órgão ou da entidade promotora do evento.

Ainda na fase interna, chama-se atenção para o fato de que a definição do objeto deve ser precisa, suficiente e clara, a fim de se evitar especificações ou exigências que, por excessivas, irrelevantes ou desnecessárias, acabam direcionando o resultado do certame a determinado licitante, limitando, desta forma, a competição entre os candidatos.

Sobre o princípio da competitividade, o Professor José dos Santos Carvalho Filho, na sua Obra “Manual de Direito Administrativo”, 17ª edição, página 218, ensina o seguinte:

“Significa que a Administração não pode adotar medidas ou criar regras que comprometam, restrinjam ou frustem o caráter competitivo da licitação. Em outras palavras, deve o procedimento possibilitar a disputa e o confronto entre os licitantes, para que a seleção se faça da melhor forma possível.”

Ultrapassados os requisitos de observância obrigatória na fase preparatória do Pregão, passa-se à fase externa, que, por sua vez, será iniciada com a convocação dos interessados e observará os elementos indicados nos incisos do artigo 4º da Lei nº 10.520/2002. Confira-se:

“Art. 4º A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

I - a convocação dos interessados será efetuada por meio de publicação de aviso em diário oficial do respectivo ente federado ou, não existindo, em jornal de circulação local, e facultativamente, por meios eletrônicos e conforme o vulto da licitação, em jornal de grande circulação, nos termos do regulamento de que trata o art. 2º;

II - do aviso constarão a definição do objeto da licitação, a indicação do local, dias e horários em que poderá ser lida ou obtida a íntegra do edital;

III - do edital constarão todos os elementos definidos na forma do inciso I do art. 3º, as normas que disciplinarem o procedimento e a minuta do contrato, quando for o caso;

IV - cópias do edital e do respectivo aviso serão colocadas à disposição de qualquer pessoa para consulta e divulgadas na forma da Lei nº 9.755, de 16 de dezembro de 1998;

V - o prazo fixado para a apresentação das propostas, contado a partir da publicação do aviso, não será inferior a 8 (oito) dias úteis;

VI - no dia, hora e local designados, será realizada sessão pública para recebimento das propostas, devendo o interessado, ou seu representante,

identificar-se e, se for o caso, comprovar a existência dos necessários poderes para formulação de propostas e para a prática de todos os demais atos inerentes ao certame;

VII - aberta a sessão, os interessados ou seus representantes, apresentarão declaração dando ciência de que cumprem plenamente os requisitos de habilitação e entregarão os envelopes contendo a indicação do objeto e do preço oferecidos, procedendo-se à sua imediata abertura e à verificação da conformidade das propostas com os requisitos estabelecidos no instrumento convocatório;

VIII - no curso da sessão, o autor da oferta de valor mais baixo e os das ofertas com preços até 10% (dez por cento) superiores àquela poderão fazer novos lances verbais e sucessivos, até a proclamação do vencedor;

IX - não havendo pelo menos 3 (três) ofertas nas condições definidas no inciso anterior, poderão os autores das melhores propostas, até o máximo de 3 (três), oferecer novos lances verbais e sucessivos, quaisquer que sejam os preços oferecidos;

X - para julgamento e classificação das propostas, será adotado o critério de menor preço, observados os prazos máximos para fornecimento, as especificações técnicas e parâmetros mínimos de desempenho e qualidade definidos no edital;

XI - examinada a proposta classificada em primeiro lugar, quanto ao objeto e valor, caberá ao pregoeiro decidir motivadamente a respeito da sua aceitabilidade;

XII - encerrada a etapa competitiva e ordenadas as ofertas, o pregoeiro procederá à abertura do invólucro contendo os documentos de habilitação do licitante que apresentou a melhor proposta, para verificação do atendimento das condições fixadas no edital;

XIII - a habilitação far-se-á com a verificação de que o licitante está em situação regular perante a Fazenda Nacional, a Seguridade Social e o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, e as Fazendas Estaduais e Municipais, quando for o caso, com a comprovação de que atende às exigências do edital quanto à habilitação jurídica e qualificações técnica e econômico-financeira;

XIV - os licitantes poderão deixar de apresentar os documentos de habilitação que já constem do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – Sicaf e sistemas semelhantes mantidos por Estados, Distrito Federal ou Municípios, assegurado aos demais licitantes o direito de acesso aos dados nele constantes;

XV - verificado o atendimento das exigências fixadas no edital, o licitante será declarado vencedor;

XVI - se a oferta não for aceitável ou se o licitante desatender às exigências habilitatórias, o pregoeiro examinará as ofertas subsequentes e a qualificação dos licitantes, na ordem de classificação, e assim sucessivamente, até a apuração de uma que atenda ao edital, sendo o respectivo licitante declarado vencedor;

XVII - nas situações previstas nos incisos XI e XVI, o pregoeiro poderá negociar diretamente com o proponente para que seja obtido preço melhor;

XVIII - declarado o vencedor, qualquer licitante poderá manifestar imediata e motivadamente a intenção de recorrer, quando lhe será concedido o prazo de 3 (três) dias para apresentação das razões do recurso, ficando os demais licitantes desde logo intimados para apresentar contrarrazões em igual número de dias, que começarão a correr do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos;

XIX - o acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento;

XX - a falta de manifestação imediata e motivada do licitante importará a decadência do direito de recurso e a adjudicação do objeto da licitação pelo pregoeiro ao vencedor;

XXI - decididos os recursos, a autoridade competente fará a adjudicação do objeto da licitação ao licitante vencedor;

XXII - homologada a licitação pela autoridade competente, o adjudicatário será convocado para assinar o contrato no prazo definido em edital; e

XXIII - se o licitante vencedor, convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato, aplicar-se-á o disposto no inciso XVI.”

Dentre as cláusulas enumeradas acima, destaca-se a importância de que seja assegurada a publicidade da convocação dos interessados mediante aviso em diário oficial do respectivo Ente Federado.

Com efeito, não havendo órgão oficial de imprensa, o aviso deve ser publicado em jornal de circulação local. Dependendo do vulto da contratação, exige ainda a Lei que este seja publicado também em jornal de grande circulação (artigo 4º, I, da Lei nº 10.520/2002).

Essa forma é obrigatória, mas a Lei confere a faculdade de a convocação ser feita também por meio eletrônico.

Do aviso, devem constar, de forma sucinta, os elementos da licitação e a informação sobre a obtenção do edital. Cópias do edital e do aviso devem ser disponibilizadas pela Administração promotora do certame, a fim de assegurar que qualquer pessoa interessada possa consultá-los.

Tais regras, que impõem formas e prazos para a divulgação do aviso de licitação, visam garantir o amplo conhecimento acerca da realização do certame, aumentando a participação de interessados. Asseguram, dessa forma, a competitividade.

Prestados tais esclarecimentos, insta anotar que, apesar de a transmissão dos atos, das ações e das atividades do Poder Legislativo através de emissora de rádio ser medida legítima a conferir transparência às discussões e votações, tal providência **não é**

obrigatória, razão pela qual **caberá ao Poder Público examinar a conveniência e a oportunidade de tal divulgação**.

Além disso, **deve-se atentar para que a mencionada transmissão não sirva de veículo para a promoção pessoal de Vereadores**, que, por consequência, terão grande exposição na mídia. Tal cuidado é necessário, a fim de não transformar uma alternativa de controle dos atos públicos pela população em um instrumento de marketing político, violando o quanto disposto no artigo 37, §1º, da CF:

“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

(...)

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

(...)”

Sobre o tema, o Tribunal de Contas do Estado do Paraná, nos autos do processo nº 29980/06, que teve como Relator o Exmo. Conselheiro Nestor Baptista, resolveu:

“Responder a presente Consulta, consoante orientação já expedida por esta Corte através da Resolução nº2118/2004, protocolo nº 259524/03, que nos termos do Voto do Conselheiro ARTAGÃO DE MATTOS LEÃO, opinou pela possibilidade de publicidade na radiodifusão, englobando despesas com transmissões de sessões, divulgação e transmissão de audiências públicas, mensagens alusivas a eventos, serviços, campanhas, programas e homenagens a personalidades, tendo como parâmetros a serem atendidos o planejamento orçamentário e financeiro da entidade, como também expressas e delimitadas objetivamente na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e na respectiva Lei Orçamentária (LO), observando-se os princípios constitucionais plasmados no caput do art. 37 da Magna Carta Federal, não podendo caracterizar promoção pessoal, conforme comando insculpido no § 1º, art. 37, da Constituição da República, acrescentando-se, destarte, as normas contidas na Lei de Licitações – Lei Federal nº 8666/93, na Lei de Responsabilidade Fiscal e na Lei de Imprensa.” (destaques adotados)

Diante de todo o exposto, conclui-se que **é possível a contratação, mediante processo licitatório regido pela Lei nº 8.666/1993 e pela Lei Estadual nº 9.433/2005, de emissora de rádio, para fins de veiculação dos atos, das ações e das atividades do Poder Legislativo, com o objetivo de proporcionar à sociedade o conhecimento das**

discussões, votações e dos posicionamentos dos Edis, ficando vedada a prática de medidas que caracterizem a promoção pessoal dos mesmos, como é o caso da divulgação da atuação parlamentar de forma individualizada.

Recomenda-se a utilização da modalidade de licitação denominada Pregão eletrônico, adotando-se o critério de menor preço para julgamento e classificação das propostas. A despesa respectiva deve ter previsão na Lei Orçamentária e na Lei de Diretrizes Orçamentárias.

Por fim, importante chamar atenção para o fato de que este Tribunal de Contas, tratando especificamente da contratação de rádio comunitária, por intermédio Instrução Cameral nº 001/2013 – 1ª C, datada de 06 de fevereiro de 2013, instrui: "**Ao Sr. Gestor ser ilegal a contratação de emissora comunitária mediante licitação, tampouco, o recebimento pela mesma de contraprestação pecuniária por transmissão de comunicação da Câmara Municipal**" (destaques no original e aditados).

É o parecer.

Salvador, 22 de abril de 2019.

**Thayana Pires Bonfim
Assistente Jurídico**