COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CRA-MG

RESPOSTA À IMPUGNAÇÃO
EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS N.º 05/2018
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: Contratação de Agência para prestação de serviços de publicidade e propaganda para a criação, produção e impressão de peças publicitárias.

IMPUGNANTE: SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – SINAPRO-MG

RELATÓRIO:

O Presidente da Comissão de Licitação do Conselho Regional de Administração de Minas Gerais – CRA-MG, no exercício das suas atribuições regimentais e por força do disposto na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, apresenta, para os fins a que se destinam suas considerações e decisões acerca da impugnação recebida em 24/05//2018:

a) Com uma análise teleológica da Lei 12.232/2010, seguida de argumentos quanto a eventuais desrespeitos ao citado diploma legal, o SINAPRO-MG impugna o Edital de Licitação Tomada de Preço nº 02/2018.

b) Mesmo o impugnante afirmando que a Lei 12.232/10 não foi citada como regente do processo licitatório, em suas razões apontou diversas afrontas à citada lei. O que seria desnecessário, vez que, como dito por ele, a Lei citada não é regente do processo cujo Edital é alvo de impugnação.

Com certeza a Lei não foi editada para regular a contratação de criação de banner para divulgação de um Forum Mineiro de Administração, evento realizado pelo CRA-MG em cidades sedes de Faculdades de Administração.

ANÁLISE

De inicio temos que os conselhos de fiscalização profissional se desenvolveram, sem qualquer ingerência estatal em relação à estrutura, administração, com seus dirigentes eleitos diretamente pelos próprios registrados, o mesmo ocorrendo quanto à sua receita, não estando submetidas a qualquer controle por parte da administração centralizada, apenas ao controle externo.

De conformidade com a Lei n. 4.769/65, além de serem considerados autarquias, os Conselhos Federal e Regional são entidades com autonomia técnica, administrativa e financeira, conforme art. 6º da Lei nº 4.769/65:

> *Art 6º São criados o Conselho Federal de Técnicos de Administração (C.F.T.A.) e os Conselhos Regionais de Técnicos de Administração (C. R. T. A.), constituindo em seu conjunto uma autarquia dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira, vinculada ao Ministério do Trabalho e Previdência Social.* (Vinculação extinta por força do disposto no art. 3º do Decreto-lei n.º 2.299, de 21/11/86, publicado no D.O.U. de 24/11/86)

Assim de fácil conclusão que o Conselho promotor da licitação não se insere na estrutura organizacional do Poder Executivo, Legislativo ou do Judiciário, portanto, não se sujeitando à Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, conforme artigo 1º, colacionado abaixo:

> *"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***. (salientamos)
> *§ "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."*

A Lei 12.232/2010 não é o instrumento legal regente da licitação em questão não só pelo fato do Conselho promotor não integrar a estrutura organizacional do Poder Executivo, Legislativo ou do Judiciário, mas também porque a Lei em comento não se aplica a qualquer serviço de publicidade, mas apenas às atividades complexas, realizadas de forma integrada e por intermédio de agências de publicidade.

Pois bem! Cabe ao administrador público, dentro de seu critério sobre oportunidade/necessidade, ou seja, nos limites de seu poder discricionário, determinar qual tipo de contratação será mais eficaz para a realização de determinado serviço.

No caso em apreço, a área demandante da licitação definiu a contratação de uma empresa de publicidade e propaganda que preste serviço de criação, produção e impressão de peças publicitárias.

Assim, no uso de seu poder discricionário e observando os princípios básicos da Administração Pública, decidiu-se por não aplicar a Lei 12.232/2010 ao

Av. Afonso Pena, 981 . 1º andar . Centro . Belo Horizonte . MG . Cep 30130-002 . (31) 3274 0677 . Fax (31) 3273 5699 .
www.cramg.org.br . cramg@cramg.org.br
Delegacias Regionais
Juiz de Fora (32) 3215 5812 - Uberlândia (34) 3236 3230 - Governador Valadares (33) 3221 3930 - Montes Claros (38) 3222 2777 -
Coronel Fabriciano (31) 3842 4882 - Itajubá (35) 3629 5737 - Lavras (35) 3821 3674

presente processo, em razão da pouca complexidade dos serviços a serem contratados. (veja projeto básico)

Mesmo porque a Lei nº 12.232/10 é aplicável para a contratação de serviços de publicidade nos termos do seu artigo 2º: *"(...) **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*." (artigo 2º da Lei 12.312/2010 - grifamos)

Com efeito, o Conselho **não busca** executar de forma indireta o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação (fase interna) e a intermediação e supervisão na distribuição de publicidade a veículos de comunicação (fase externa). Seu desiderato restringe-se à contratação dos serviços criação, produção e impressão de peças publicitárias.

Não é qualquer serviço de publicidade que deve ser contratado mediante a aplicação da Lei nº 12.232/10, mas apenas aqueles que reúnem necessariamente os seguintes requisitos:

a- seja um conjunto de atividades realizadas integradamente; **mais**

b- tenham como objeto precípuo e conjugado o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e, ainda, a distribuição de publicidade aos meios de divulgação; **mais**

c- tenham por finalidade promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza ou difundir ideias ou, ainda, informar o público em geral.

Somente se justifica a contratação, nos termos da Lei 12.232/10, se tal contrato tiver por finalidade vender um bem ou um serviço (promover produtos e serviços de órgãos e entidades que atuam em relação de concorrência no mercado), difundir uma ideia, (como por exemplo, um programa de trabalho) ou informar o público (como por exemplo, a campanha do dia do Administrador que é promovida e distribuída aos Regionais pelo Conselho Federal de Administração no mês de setembro de cada ano).

Em outros casos, ainda, que a contratação se dê junto a uma agência de publicidade, nos termos descritos pela lei, **se o objeto do contrato não for "*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 idéias ou informar o público em geral"**, **a contratação pretendida por**

Av. Afonso Pena, 981 . 1º andar . Centro . Belo Horizonte . MG . Cep 30130-002 . (31) 3274 0677 . Fax (31) 3273 5699 .
www.cramg.org.br . cramg@cramg.org.br
Delegacias Regionais
Juiz de Fora (32) 3215 5812 - Uberlândia (34) 3236 3230 - Governador Valadares (33) 3221 3930 - Montes Claros (38) 3222 2777 -
Coronel Fabriciano (31) 3842 4882 - Itajubá (35) 3629 5737 - Lavras (35) 3821 3674

meio de licitação não se amolda ao procedimento instituído na Lei nº 12.232/10.

Nesta esteira de pensar, relevante o artigo do Mestre em Direito pela USP, advogado Rafael Wallbach Schwind, integrante do escritório de Advocacia Justen, Pereira Oliveira & Talamini, com o título Breves Comentários à nova lei de Licitações de Serviços de Publicidade, publicado no Informativo Justen, Pereira Oliveira & Talamini, Curitiba, nº. 40, Jun./2010, disponível em http: www.justen.com.br//informativo.php/informativo, que sustenta a tese de que ***"o artigo 2º define os serviços de publicidade para efeito de aplicação da lei como sendo 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 idéias ou informar o público em geral. Portanto, nem toda contratação de serviços que possam ser compreendidos como de publicidade está sujeita à lei 12.232/2010. A nova lei destina-se a regular licitações e contratos administrativos de atividades complexas de publicidade, que envolvem serviços diferentes de modo integrado e que, por essas características complexas de publicidade, sujeitar-se-ão a um procedimento mais complexo de avaliação técnica"*** (salientamos)

E, ainda,

> *"Serviços mais simplificados, ainda que possam ser considerados como de publicidade, não se submetem à Lei nº 12.232 se não apresentarem as características arroladas no artigo 2º da Lei. Mesmo os serviços indicados nesse dispositivo não se submeterão à nova Lei se não houver previsão de serem executados de modo integrado. Trata-se de questão de fundamental importância para a verificação do âmbito concreto de aplicação da Lei nº 12.232.*
> *(SCHWIND, Rafael Wallbach. Considerações acerca da nova lei de licitações e contratos administrativos de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010). Fórum de Contratação e Gestão Pública – FCGP, Belo Horizonte, ano 9, n. 106, p. 3044, out. 2010)*

Segue este mesmo entendimento Luciano Ferraz, que assim considera:

> *Perceba-se que se a Administração Pública pretende contratar apenas o veículo para a divulgação das peças publicitárias que sua própria área de imprensa concebe, elabora e distribui não se estará diante de um "conjunto de atividades realizadas integradamente" nos termos do art. 2º, caput da Lei nº 12.232/10, senão diante da mera divulgação da mídia (atividade isolada), o que atrairá a incidência da Lei nº 8.666/93.*
> *(FERRAZ, Luciano. Breves considerações sobre a nova lei de licitações para contratos de publicidade. Fórum de Contratação e Gestão Pública – FCGP, Belo Horizonte, ano 10, n. 112, p. 2122, abr. 2011.p.1.)*

Repita-se que se o procedimento de licitação para a contratação nos moldes do objeto, não se caracterizam o "***conjunto de atividades realizadas***

Av. Afonso Pena, 981 . 1º andar . Centro . Belo Horizonte . MG . Cep 30130-002 . (31) 3274 0677 . Fax (31) 3273 5699 .
www.cramg.org.br . cramg@cramg.org.br
Delegacias Regionais
Juiz de Fora (32) 3215 5812 - Uberlândia (34) 3236 3230 - Governador Valadares (33) 3221 3930 - Montes Claros (38) 3222 2777 -
Coronel Fabriciano (31) 3842 4882 - Itajubá (35) 3629 5737 - Lavras (35) 3821 3674

integradamente" a que se refere a Lei nº 12.323/2010, a serem prestados ***necessariamente por intermédio de agências de propaganda,*** o que afasta a incidência da regra jurídica em comento.

Por fim, a Lei 12.232/10 tem seu objeto muito bem definido e limitado, cabendo à Administração Pública atentar para que não se utilize do procedimento desta nova Lei para qualquer contratação de serviços de publicidade, salvo as exceções trazidas pela mesma.

Importante registrar que o CRA-MG tem seus próprios meios de comunicação, que são utilizados para divulgação de seus trabalhos junto à comunidade de Administradores, Tecnólogos, Bacharéis em Administração, estudantes de Administração e ao público em geral.

Logo, se o processo licitatório *não está* ancorado na Lei 12.232/10, não há que se falar em irregularidades nos itens do Edital impugnado pelo SINAPRO-MG.

Lado outro, registra-se que, no cumprimento do seu dever, o Gestor do CRA-MG busca nos procedimentos licitatórios a proposta mais vantajosa para o erário, para não incorrer em ofensa aos princípios previstos no caput do art.3º da Lei n.8.666/93 e aos princípios da Economicidade e Impessoalidade - caput do art. 37 da CF/88.

Do mesmo modo realiza a licitação sempre visando assegurar e garantir a isonomia e competitividade entre os licitantes, assim com observância aos ditames do Art.3º, §1º, inciso I, da Lei de licitação, que veda consignar no Edital cláusula que admita, previna ou tolere, nos atos de convocação, condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o caráter competitivo do certame.

Quando e se o CRA-MG publicar edital licitatório para contratação de serviço de agência de publicidade, envolvendo a criação de peça publicitária, campanha e divulgação e todos aqueles atos conjuntos relatados no artigo 2º, obedecerá aos ditames da Lei Federal nº. 12.232/2010.

Diante do exposto, a Comissão Especial de Licitação resolve INDEFERIR a peça de impugnação, apresentada pelo SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO-MG, tendo em vista a licitude do procedimento licitatório.

Belo Horizonte, 28 de maio de 2018.

Adm. Raul Alberto Marinuzzi
Presidente da CPL/CRA-MG

eagc

Av. Afonso Pena, 981 . 1º andar . Centro . Belo Horizonte . MG . Cep 30130-002 . (31) 3274 0677 . Fax (31) 3273 5699 .
www.cramg.org.br . cramg@cramg.org.br
Delegacias Regionais
Juiz de Fora (32) 3215 5812 - Uberlândia (34) 3236 3230 - Governador Valadares (33) 3221 3930 - Montes Claros (38) 3222 2777 -
Coronel Fabriciano (31) 3842 4882 - Itajubá (35) 3629 5737 - Lavras (35) 3821 3674