

O DESCONHECIMENTO DOS PROCEDIMENTOS DA LEI nº 12.232/10 EM LICITAÇÕES DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR PARTE DAS COMISSÕES DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÕES TÉCNICAS¹

Johanan Karol Toledo WERPACHOWSKI²
Adroaldo Leão SOUTO JÚNIOR³

RESUMO: A Administração Pública, ao fazer valer o interesse coletivo, está submetida a diversos princípios e normativas, dentre eles a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que institui as regras para a contratação de serviços de publicidade. Com diversas particularidades, essa lei visa sanar as subjetividades que ocorriam nesse processo. Porém, mesmo com todas as inovações trazidas, são diversos casos que mostram que as frentes instituídas para conduzir a licitação deixam que erros por descumprimento dos dispostos legais ocorram e levam o pleito a agravantes judiciais que geram sua anulação. A partir destas jurisprudências, junto aos estudos de José dos Santos Carvalho Filho (2015), Claudio Mauricio Freddo (2017) e Matheus Carvalho (2017), realizou-se um estudo sobre esse regime, afim de contribuir para uma área tão pouco explorada no campo publicitário, a de legislação.

PALAVRAS-CHAVE: Comissão de Licitação, Legislação Publicitária, Lei nº 12.232, Licitação, Subcomissão Técnica.

1 INTRODUÇÃO

Para que a Administração Pública tenha acesso a serviços de publicidade prestados por agência de propaganda, deve realizar uma licitação para contratação desses serviços. Esse processo possui regimentos específicos, tais como: seu enquadramento no escopo de estudo do Direito Administrativo, em que devem ser observados todos os princípios inerentes a essa área, fundamentos próprios que permitem fazer cumprir a condução íntegra e adstrita do certame ao previsto legal a qual ele é submetido, além de leis específicas, como a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, também intitulada de “Lei de Licitações” e, mais particular, quando o objeto de contratação é o descrito, a Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, também conhecida como “Lei de Licitações de Publicidade”.

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, no ano de 2019.

² Acadêmico do 8º período do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. E-mail: johanan_toledo@hotmail.com

³ Professor orientador. E-mail: adroaldosouto@gmail.com

Todo conjunto de normas e princípios, intrínsecos a esse processo de licitação, bem como as relações da Administração Pública com o interesse público, são disciplinados pelo Direito Administrativo e seus princípios que se encontram previstos no art. 37, da Constituição Federal, sendo: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. A essas normativas são submetidos todos os agentes públicos, inclusive os ligados ao processo licitatório, como as comissões que conduzem a licitação ou as partes que julgam as propostas apresentadas neste certame.

Para que se façam valer os interesses públicos junto a Administração, essa realiza contratos com terceiros para realização de obras, prestação de serviços, fornecimento de bens, entre outros. Esses contratos são firmados a partir de processos de licitação, que, segundo José dos Santos Carvalho Filho (2015), podemos conceituar como “o procedimento administrativo vinculado por meio do qual entes da Administração Pública, e aqueles por ela controlados selecionam a melhor proposta entre as oferecidas pelos interessados” (CARVALHO FILHO 2015, p.240). Esses processos possuem seus princípios básicos que norteiam os procedimentos expressos no art. 3º da Lei de Licitações⁴.

Portanto, são inúmeros processos licitatórios praticados pelos entes públicos, alguns com mais especificidades, como o caso das contratações de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Esse processo regido pela Lei nº 12.232/10 ganhou diversos pontos peculiares considerados inovadores, que vieram para zerar a subjetividade que cercava essas celebrações de contrato, anteriormente regidos apenas pela Lei nº 8.666/93.

Dentro desses elementos de inovação trazidos pela Lei de Licitação de Publicidade, está a instituição de duas comissões julgadoras, uma para conduzir o certame, e outra para fazer o julgamento das propostas apresentadas pelas licitantes. Ocorre que a lei trouxe diversas particularidades para esse processo, as quais devem ser aplicados junto aos demais princípios que envolvem essa disputa, porém, por sua

⁴ 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. (BRASIL, 1993)

singularidade, acabam não sendo observados pelas frentes envolvidas, e acabam ganhando sua visibilidade em jurisprudências e notícias de suspensão desse pleito por não seguirem a legalidade a qual está submetido.

2 DIREITO ADMINISTRATIVO

Antes de adentrar na análise do tema e como ocorre um processo de licitação, é necessária uma breve contextualização sobre a natureza jurídica que abrange esse modo de contratação.

Marcelo Alexandrino (2017) ensina que o processo de realização de uma licitação pública está em um dos escopos de objeto do direito administrativo.

Por derradeiro, é sempre oportuno ressaltar que, embora a atividade de administração pública seja função típica do Poder Executivo, os outros Poderes (Legislativo e Judiciário) também praticam atos que, pela sua natureza, são objeto do direito administrativo. Assim, quando os órgãos dos Poderes Legislativo e Judiciário estão atuando como administradores de seus serviços, de seus bens ou de seu pessoal, estão praticando atos administrativos, sujeitos ao regramento do direito administrativo. A nomeação de um servidor, a aplicação de uma penalidade disciplinar, o remanejamento de pessoal ou a realização de uma licitação pública serão sempre atividades incluídas na seara do direito administrativo, quer se realizem no âmbito do Poder Executivo, do Poder Legislativo ou do Poder Judiciário. (ALEXANDRINO, 2017, p. 5)

A partir do entendimento do autor, podemos compreender as relações que um órgão da esfera pública exerce junto a outras unidades administrativas, a seus agentes, a interesses de direito público ou privado, as atividades exercidas por gestores ou por contratados para prestação de serviços regidos sob contratos com a administração pública estão sob jus do direito administrativo.

Segundo Alexandrino (2017), o direito administrativo é regido a partir de aspectos de jurisprudências, doutrinas, costumes e, principalmente, da lei.

A lei é a fonte principal do direito administrativo brasileiro, haja visto a importância do princípio da legalidade nesse campo. Quando se fala em "lei" como fonte de direito administrativo, estão incluídos nesse vocábulo a Constituição - sobretudo as regras e princípios administrativos nela vazados -, os atos de natureza legislativa que diretamente derivam da Constituição (leis, medidas provisórias, decretos legislativos, etc.) e os atos normativos infralegais expedidos pela administração pública nos

termos e limites das leis, os quais são de observância obrigatória pela própria administração. (ALEXANDRINO, 2017, p. 6)

Conforme explicitado, o princípio da legalidade é um dos mais importantes fundamentos do direito administrativo a ser observado pela administração pública. Ou seja, qualquer entidade ou pessoa que está ligada aos Poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário deve estar sob a prerrogativa desse princípio, além dos demais que abrangem essa normativa.

2.1 OS PRINCÍPIOS DO DIREITO ADMINISTRATIVO

Os princípios do direito administrativo regulam as condutas e orientam os agentes públicos a como devem conduzir suas ações. Expressos no artigo 37, *caput*, da Constituição Federal, os princípios comumente conhecidos são: Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência.

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. (BRASIL, 1988)

O princípio da legalidade instrui que toda pessoa ligada estritamente à administração pública deve observar os preceitos previstos em lei no estado de direito. Matheus Carvalho (2017) explica que o agente público deve respeitar e submeter-se a esse fundamento, e não agir por motivações próprias ou deduzidas.

Com efeito, o administrador público somente pode atuar como determina a lei, amplamente considerada, abarcando todas as formas legislativas - desde o próprio texto constitucional até as leis ordinárias, complementares e delegadas. É garantia de que todos os conflitos sejam solucionados pela lei, não podendo o agente estatal praticar condutas que considere devidas, sem que haja embasamento legal específico. Dessa forma, pode-se estabelecer que no Direito Administrativo, se aplica o princípio de subordinação à lei. Não havendo previsão legal, está proibida a atuação do ente público e qualquer conduta praticada ao alvedrio do texto legal será considerada ilegítima. (CARVALHO, 2017, p. 67)

O princípio da impessoalidade instrui que o agente público deve pautar-se pelo interesse coletivo, sem benefícios ou prejuízos a ninguém, prezando por uma atuação

sem discriminação ou preferência. Carvalho (2017), *apud* Celso Antônio Bandeira de Mello, explica que "a Administração deve tratar a todos sem favoritismos, nem perseguições, simpatias ou animosidades políticas ou ideológicas". (CARVALHO, 2017 *apud* MELLO, 2009, p.70)

O princípio da moralidade, segundo o autor, exige que a gestão pública aja com ética, a fim de atender às instâncias comuns.

Trata-se de princípio que exige a honestidade, lealdade, boa fé de conduta no exercício da função administrativa - ou seja, a atuação não corrupta dos gestores públicos, ao tratar com a coisa de titularidade do Estado. Esta norma estabelece a obrigatoriedade de observância a padrões éticos de conduta, para que se assegure o exercício da função pública de forma a atender às necessidades coletivas. (CARVALHO, 2017, p. 73)

O princípio da publicidade prevê que haja transparência nos atos públicos, e nada seja feito de modo oculto. Para Carvalho (2017), "a Administração não age em nome próprio e por isso nada mais justo que o maior interessado - o cidadão - tenha acesso ao que acontece". (CARVALHO, 2017, p. 74)

Por fim, o princípio da eficiência presume que o agente público proceda suas ações com qualidade. Carvalho (2017), *apud* Maria Sylvia Zanella di Pietro, explica essa aptidão que a administração pública deve ter ao desempenhar seu papel.

O princípio da eficiência apresenta, na realidade, dois aspectos: pode ser considerado em relação ao modo de atuação do agente público, do qual se espera o melhor desempenho possível de suas atribuições, para lograr os melhores resultados; e em relação ao modo de organizar, estruturar, disciplinar a Administração Pública, também com o mesmo objetivo de alcançar os melhores resultados na prestação do serviço público. (CARVALHO *apud* DI PIETRO, 2017, p. 78)

Todos os princípios, bem como suas vertentes, devem ser observados pelos agentes públicos, a fim de valer o ordenamento jurídico. Um dos processos da Administração Pública em que integralmente os cinco fundamentos devem ser considerados é na realização de uma Licitação - que possui, além dos princípios bases, suas normativas próprias, segundo o direito administrativo.

3 O PROCESSO DE LICITAÇÃO

Segundo José dos Santos Carvalho Filho (2015), o processo de licitação é um procedimento administrativo que permite à Administração Pública selecionar a melhor proposta entre diversas, com o objetivo de celebrar um contrato e obter o melhor trabalho, seja ele técnico, artístico ou científico.

Nesse procedimento, os interessados em prestar serviços ao órgão licitante apresentam documentos e propostas, sob um escopo formal que permite a escolha do plano mais vantajoso à administração. Tal procedimento é vinculado a regras e normas pré-estabelecidas em um instrumento convocatório - edital - que permite o melhor decorrer do processo. Esses preceitos, segundo Carvalho Filho (2015), devem ser observados rigorosamente por todas as partes interessadas no processo de licitação, principalmente pelo ente realizador do certame.

Tratando-se de ordenada sequência de atividades, a licitação é um procedimento vinculado no sentido de que, fixadas suas regras, ao administrador cabe observá-las rigorosamente. Somente assim estará salvaguardando o direito dos interessados e a probidade na realização do certame. Aliás, esse é um dos aspectos decorrentes do princípio da probidade administrativa, princípio inscrito no art. 3º do Estatuto dos Contratos e Licitações. (CARVALHO FILHO, 2015, p. 241)

Ao citar o Estatuto dos Contratos e Licitações, o autor refere-se à Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que abrange as normas gerais sobre licitações e contratos administrativos.

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

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. (BRASIL, 1993)

É de suma importância a observância dos princípios e normas trazidos pela Lei nº 8.666/93 a fim de realizar uma disputa isonômica ao certame e ser selecionada a melhor proposta que atende os interesses da Administração Pública, seja para realização de obras, serviços, concessões, permissões, compras, alienações ou locações.

3.1 OS PRINCÍPIOS DE LICITAÇÃO

Segundo o art. 3º, *caput*, da Lei nº 8.666/93, os processos de licitações devem observar oito princípios básicos que regem o procedimento do certame, são eles: Legalidade, impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo.

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. (BRASIL, 1993)

O princípio da legalidade em um processo de licitação, segundo Carvalho Filho (2015), impõe que a administração observe as regras traçadas em lei para tal procedimento, dispondo-se a alcançar os objetivos colimados, seguindo os passos dos mandamentos legais, seja na escolha da modalidade correta para realização do processo até a verificação com extrema cautela de cada proposta apresentada.

Para o autor, os princípios da moralidade e impessoalidade se atrelam, visto que a Administração Pública, por meio de seus agentes, deve agir de forma moral e ética em um procedimento licitatório, garantindo tratamentos iguais a todos que estejam na mesma situação jurídica dentro do certame.

O princípio da igualdade, ou isonomia, na licitação significa que todas as condições de competição devem ser iguais para todos os participantes.

A igualdade na licitação significa que todos os interessados em contratar com a Administração devem competir em igualdade de condições, sem que a nenhum se ofereça vantagem não extensiva a outro. O princípio, sem dúvida alguma, está intimamente ligado ao da impessoalidade: de

fato, oferecendo igual oportunidade a todos os interessados, a Administração lhes estará oferecendo também tratamento impessoal. (CARVALHO FILHO, 2015, p. 249)

O princípio da publicidade traz ampla divulgação a todos os atos inerentes ao certame, garantindo, segundo o autor, a possibilidade de "conhecimento de suas regras a um maior número possível de pessoas" (CARVALHO FILHO, 2015, p. 249). Já o princípio da probidade, para Carvalho Filho (2015), exige que a Administração atue de forma honesta para com os licitantes.

Entre os princípios de licitação, podemos elencar o da vinculação ao Instrumento convocatório como um dos mais importantes, pois ele é a garantia das normas de um certame, seja para Administração ou para os participantes. Esse preceito traça as regras que devem ser observadas por todas as partes envolvidas na licitação, as quais devem ser respeitadas, caso contrário, o processo é invalidado e recebe suas correções de forma administrativa e judicial. Carvalho Filho (2015) explica claramente a importância de tal axioma.

O princípio da vinculação tem extrema importância. Por ele, evita-se a alteração de critérios de julgamento, além de dar a certeza aos interessados do que pretende a Administração. E se evita, finalmente, qualquer brecha que provoque violação à moralidade administrativa, à impessoalidade e à probidade administrativa. [...] Vedado à Administração e aos licitantes é o descumprimento das regras de convocação, deixando de considerar o que nele se exige, como, por exemplo, a dispensa de documento ou a fixação de preço fora dos limites estabelecidos. Em tais hipóteses, deve dar-se a desclassificação do licitante. (CARVALHO FILHO, 2015, p. 250-251)

Por fim, o princípio do julgamento objetivo está estritamente ligado ao princípio da vinculação, pois, segundo Carvalho Filho (2015), "consiste em que os fatores seletivos previstos no edital devem ser adotados inafastavelmente para julgamento" (CARVALHO FILHO 2015, p. 251). Tal princípio deve ser adotado em todas as fases de avaliação, conforme explica o autor:

Quis o legislador, na instituição do princípio, descartar subjetivismos e personalismos. E isso não apenas no julgamento final, mas também em todas as fases onde exista espécie de julgamento, de escolha, de modo que os atos da Administração jamais possam ser ditados por gosto pessoal ou favorecimento. (CARVALHO FILHO, 2015, p. 251)

Além desses princípios, existem diversos outros correlatos que merecem sua relevância em um processo licitatório, como a competitividade entre os licitantes, o sigilo nas propostas, o formalismo procedimental e demais, que, assim como os princípios bases do direito administrativo e do processo de licitação, devem ser respeitados pelos entes da Administração Pública, em especial a Comissão de Licitação, pois essa está à frente de realização dos certames.

3.2 A COMISSÃO DE LICITAÇÃO

A Comissão de Licitação é o órgão dentro da Administração Pública responsável pela realização dos procedimentos licitatórios. Em apertada síntese, a gestão faz a elaboração do edital e os motivos de contratação, além de designar um grupo de pessoas para conduzir o processo.

Essa designação, segundo Matheus Carvalho (2017), é um "ato jurídico que pode ser formalizado por decreto, portaria ou resolução" (CARVALHO, 2017, p. 452), a qual compõe uma comissão por pelo menos três membros, sendo dois deles servidores do quadro permanente de funcionários, do órgão responsável pela licitação. Sendo observados, dessa forma, o disposto no art. 51, da Lei nº 8.666/93⁵.

Para o autor, é função da Comissão de Licitação:

A função da Comissão é analisar os pedidos de inscrições em registros cadastrais bem como sua alteração ou cancelamento, habilitação para participação do certame, além da análise e julgamento das propostas da licitação, em observância aos critérios de julgamento previamente estipulados no instrumento convocatório. (CARVALHO, 2017, p. 452)

Cabe citar que a Comissão pode ser especial ou permanente. Carvalho (2017) explica que, em alguns certames licitatórios, dada sua especificidade, é nomeada uma comissão especial. O autor ainda salienta que a legislação estipula que todos os membros da comissão, seja ela permanente ou especial, respondam solidariamente por seus atos, ou seja, observem as regras e princípios determinados em cada modalidade

⁵Art. 51. A habilitação preliminar, a inscrição em registro cadastral, a sua alteração ou cancelamento, e as propostas serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial de, no mínimo, 3 (três) membros, sendo pelo menos 2 (dois) deles servidores qualificados pertencentes aos quadros permanentes dos órgãos da Administração responsáveis pela licitação (BRASIL, 1993).

e certame, e façam valer com cautela, visto que são intermediários diretos na condução dos processos de licitação da Administração Pública.

Merece destaque um exemplo clássico de contratação com grande especificidade, regido pela Lei nº 12.232/10 e complementado pela Lei nº 8.666/93, que institui as normas gerais para a contratação e licitação de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda. Diploma essa lei as particularidades que devem ser observados junto aos princípios e a fumaça do bom direito⁶ pela Administração Pública, em especial a comissão que conduz esse processo.

4 A LEI nº 12.232 DE 29 DE ABRIL DE 2010

Instituída para sanar diversas incongruências nos certames que visam à contratação de agências de publicidade e propaganda para órgãos e entidades da administração pública, a qual eram originados devido à Lei 8.666/93 não conter especificidades amplas sobre esse tipo de serviço, a Lei nº 12.232 dispõe sobre normas gerais para realização desse processo, que discorre desde a forma como deve ser conduzida tal licitação até a execução do contrato.

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. (BRASIL, 2010)

Claudio Mauricio Freddo (2017) explica que "a edição da lei federal 12.232/10 representa um avanço histórico" (FREDDO 2017, p. 19). Essa evolução se dá devido aos serviços de publicidade prestados por agência não se adequarem ao previsto na lei geral de licitações, o que gerava diversos escândalos e quebra de princípios legais pelos órgãos e administradores públicos. O autor salienta, como prova dessa necessidade de mercado para criação de uma lei específica que regesse esse certame, o escândalo dos Correios de 2005, o qual deflagrou contratos e licitações milionárias que eram realizados de forma ilegal, ferindo os princípios de moralidade,

⁶*fumus boni iuris*

impressoalidade e eficiência. Com a evidência desse escândalo, vieram outros casos como o do Banco do Brasil e da Câmara de Deputados.

No fragor do escândalo, o Tribunal de Contas da União debruçou-se sobre os contratos administrativos tido por fraudulentos. Em 2006, em um acórdão considerado divisor de águas quanto à matéria, diagnosticou-se vários descompassos e descumprimentos da lei de licitações em contratos de publicidade. Encontrou-se julgamentos marcados pela subjetividade, subcontratação excessivas ultrapassando o limite legal e sem autorização contratual, apropriação pelas agências de vantagens e descontos dadas ao ente público contratante, remuneração do mercado publicitário determinada por decreto exorbitante da disciplina legal, adjudicação do objeto da licitação para mais de uma agência em descumprimento à lei então aplicável, ausência de projeto básico nos editais, falta de controle de veiculações e falhas de controle. Em suma, uma miríade de ilegalidades. (FREDDO, 2017, p. 16)

Frente a todos esses casos, as esferas legislativa e judiciária, junto a entidades do setor e agências de propaganda, viram o desafio da existência de uma lei específica que visasse evitar novos casos de ilegalidades como esses. Surge, assim, depois de cinco anos do escândalo, em 29 de abril de 2010, a promulgação, pelas mãos do então presidente da época, Luiz Inácio Lula da Silva, e seu ministro da justiça, Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto, a Lei Federal nº 12.232.

Carvalho Filho (2015) explica que a lei traz diversas peculiaridades de suma importância neste procedimento licitatório, como, por exemplo, a obrigatoriedade de adotar modalidades que se sobressaíam na avaliação a capacidade técnica de execução dos serviços das licitantes e não o preço, sendo vedado esse ser o critério notório deste certame.

Na avaliação e condução deste certame, devem ser observados com relevância os princípios do direito administrativo e, principalmente, os princípios de licitação, com destaque à vinculação ao instrumento convocatório e o julgamento objetivo, visto que a lei nº 12.232 determina diversos pontos que devem ser seguidos na elaboração do edital atinente a essa contratação.

O edital deve ser acompanhado de um briefing, no qual sejam oferecidas, de forma objetiva e clara, as informações que permitam a elaboração das propostas pelos interessados. Estes, por sua vez, apresentam duas propostas: uma técnica, composta por um plano de comunicação publicitária e por um quadro de informações relativas ao proponente, e outra de preço, que conterá quesitos representativos dos

itens de remuneração existentes no mercado publicitário. (CARVALHO FILHO, 2015, p. 330)

Além desses quesitos trazidos pela lei nº 12.232, os editais contêm diversos pormenores que devem ser observados por todos os envolvidos no certame, seja a comissão de licitação, os licitantes ou até mesmo a parte julgadora, a qual é também uma inovação trazida pela nova legislação.

4.1 A INOVAÇÃO DA CONSTITUIÇÃO DE UMA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Além da comissão especial ou permanente de licitação, responsável pela condução da licitação para contratação de agência de propaganda, a lei nº 12.232 determina, no § 1º art. 10, que as propostas apresentadas pelas licitantes sejam julgadas por uma subcomissão técnica, que detenha conhecimento sobre o objeto licitado e que aja com imparcialidade no julgamento, na avaliação e na atribuição de notas das licitantes.

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação. (BRASIL, 2010)

Esta comissão designada para o julgamento das propostas pode-se citar que é um dos pontos mais inovadores trazidos pela nº 12.232, pois, como cita Freddo (2017), "trata-se de uma intenção de promover, em relação às propostas técnicas de publicidade, um julgamento mais embasado, técnico, objetivo e impessoal" (FREDDO 2017, p. 185).

A lei determina que um terço dos membros da subcomissão técnica não mantenham nenhum vínculo com o órgão responsável pela licitação, a fim de que se faça valer o princípio constitucional da impessoalidade, ou seja, valer o interesse

coletivo, e acima de tudo o julgamento objetivo das propostas, afinal, esse momento no certame é o cerne de todo o processo, devendo ser a parte mais importante de toda a licitação. Freddo (2017) explica que, ao constituir-se uma comissão em que exista membros de fora da administração, cria-se um maior transparência e participação no procedimento, podemos dizer assim que a licitação não fica somente nas mãos do órgão interessado.

Diante da ausência de vínculo com a administração, crê a lei 12.232/10 em uma maior independência e isenção de julgamento por parte desses particulares. A lei demanda que esses particulares formem uma lista que será objeto de sorteio para a composição da subcomissão técnica. (FREDDO, 2017, p. 187)

Os membros da subcomissão técnica são convidados a integrar este corpo julgador, o qual, depois de inscritos, passam por sorteio, em sessão pública, que designa aqueles que farão a apreciação e avaliação das notas às proponentes do certame, conforme determina o § 2º do art. 10 da lei.

Mesmo sendo membros externos à administração, os integrantes dessa comissão de julgamento também estão sob o jus do direito administrativo, devendo se submeter a cumprir os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, além de pautarem sua conduta enquanto avaliadores nos fundamentos da licitação, em suma importância a vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo.

A lei não obriga a ninguém ser membro de uma subcomissão técnica, porém, a partir do momento que se dispõem à participação, esse é colocado sob o égide das instruções legais que permeiam todo esse processo.

Nessa toada, o particular, nessa hipótese trazida pelo presente dispositivo, insere-se como agente público, com natureza jurídica de particular em colaboração com o poder público: pessoa física, incumbida de uma função pública [...] Além dessa definição no campo do Direito Administrativo, tem-se que o particular integrante da subcomissão técnica de licitação pode ser sujeito ativo de todos os crimes de mão própria passíveis somente de serem cometidos por funcionários públicos. [...] Além dos reflexos na seara administrativa e penal, a condição do particular ainda se desdobra no campo civil, no sentido de que todos os atos que o particular pratique na condição de agente público, isto é, no exercício de sua função pública nas tarefas de subcomissão técnica, são

considerados atos do Estado e, portanto, podem gerar responsabilidade civil. (FREDDO 2017, p. 189)

Porém, mesmo com todos os processos trazidos pela lei nº 12.232 às licitações para contratação dos serviços de publicidade, essa vem sendo motivo de várias discussões em cortes judiciais pelo país, e a maioria desses impasses ocorrem justamente no momento de julgamento das propostas pelos membros da subcomissão técnica.

5 O DESCONHECIMENTO DOS PRINCÍPIOS E DA LEI Nº 12.232/10 PELAS COMISSÕES DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÕES TÉCNICAS

Tal como exposto acima, a subcomissão técnica deve seguir o princípio do julgamento objetivo na hora de avaliar as propostas apresentadas pelas concorrentes, observando se elas contemplaram todos os pedidos legais, seja pela lei ou fazendo valer o vínculo ao instrumento convocatório. Fazer jus a essas normativas é evitar que ocorra a possibilidade de um julgamento subjetivo, retrocedendo a casos que ocorriam anteriormente à criação da Lei nº 12.232.

Adotar essas premissas é garantir a isonomia em um processo licitatório. Porém, ocorre que, cada vez mais comumente, é necessário que profissionais do direito e cortes de justiça terem de fazer intervenções nos processos de licitação, atinentes à contratação dos serviços de publicidade, para que ocorra o cumprimento dos princípios no certame, visto que as frentes envolvidas, seja na condução ou no julgamento, não adotam essa postura de estudo de doutrina e jurisprudência acerca do objeto em questão.

São diversos casos julgados ou em julgamento que permeiam os bancos de processos de nosso país, em que se podem constatar disfunções no certame de contratação de agência de propaganda. Esses impasses ocorrem desde pequenas a grandes licitações, e, em sua grande maioria, causadas por desconhecimento dos procedimentos legais da lei nº 12.232/10 e por quebra dos princípios atinentes ao direito administrativo e ao processo de licitação.

Não é preciso ir muito longe para detectar uma possível disfunção no sistema. A própria Lei de Licitações de Publicidade traz dispositivo que, quando conjugado na situação concreta com os dispositivos em apreço, cria um aparente impasse. É de se lembrar que a Lei de Licitações de Publicidade aplica-se, como aqui não poupamos palavras para afirmar, desde as maiores licitações federais até os menores municípios. (FREDDO 2017, p. 206)

Prova dessas "disfunções", como cita o autor, podemos ver em um primeiro caso a jurisprudência sobre o Acórdão Nº 2773/19 - Tribunal Pleno, do Tribunal de Contas do Estado do Paraná, onde uma das agências participantes da Concorrência nº 18/2018, realizada pelo Município de Cascavel, noticiou supostas irregularidades no certame. Dentre essas irregularidades estavam erros cometidos pela Comissão de Licitação, as quais não prosperaram devido à municipalidade apresentar suas justificativas no processo, fazendo-se valer do princípio da legalidade. Porém, nesse mesmo processo foram apresentados diversos pontos de falhas cometidos pela subcomissão técnica em seu julgamento, tais como: apresentação de justificativas idênticas, mas com notas destoantes nas avaliações das propostas, desclassificação de uma licitante por motivos não apresentados em edital, o que, em tese, fere o princípio de vinculação ao instrumento convocatório e juntamente ferindo esse fundamento legal o descumprimento da isonomia do certame, ao julgar casos individuais em desacordo com as normas estabelecidas para julgamento.

A lei nº 12.232/2010 é clara ao definir, em seu artigo 11, as normas de como deve ser procedido o julgamento das propostas.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;
 - II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;
 - III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;
 - IV - elaboração de ata de julgamento 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;
 - V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
 - VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo 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;
- (BRASIL, 2010)

Ocorre que a Subcomissão Técnica, designada para julgar a licitação para contratação de agências de publicidade para o município de Cascavel - PR, descumpriu tal item, como aponta o relator do Acórdão, conselheiro Ivan Lelis Bonilha:

Compulsando os autos verifico que assiste razão à parte representante. Tanto o instrumento convocatório quanto a Lei nº 12.232/2010 exigem fundamentação quando da análise das propostas, bem como exigem julgamentos individualizados, técnicos e fundamentados, o que não se verifica no caso em exame. Observou-se nas planilhas de notas (peça nº 4) que os membros da Subcomissão, para atribuição de pontuação, utilizaram exatamente as mesmas palavras para fundamentar boa parte das notas atribuídas, que por sinal, foram distintas. Tal conduta passa longe do julgamento individualizado preconizado pela lei e pelo edital, viciando o julgamento do certame. Neste sentido é o parecer da unidade técnica (peça nº 41): [...] A mesma redação das justificativas por diferentes membros da comissão vicia completamente o julgamento, pois demonstra claramente que um dos integrantes avaliou as propostas e o outro copiou as justificativas, fazendo pequenas alterações nas notas atribuídas. [...] O órgão ministerial, em seu opinativo técnico, corrobora tais considerações (peça nº 42): [...] Em análise a planilha de justificativas e notas [...], é possível verificar que ambos apresentaram fundamentação idêntica, com exatamente as mesmas palavras, porém, com a atribuição de notas diferentes. Deste modo, não é admissível o julgamento realizado, sendo que as fundamentações idênticas viciam a avaliação das propostas, procedendo a Representação neste ponto. [...] Por todo exposto, procedente a Representação quanto a este ponto. (TCE/PR, 2019, on-line)

Não obstante, o relator ainda proclama uma decisão que evidencia a quebra de isonomia do certame por parte da subcomissão técnica, ao fazer oscilação em seu julgamento, propiciando tratamento diferenciado às concorrentes, avaliando de forma distinta cada proposta, além de ignorar pontos que as licitantes deveriam seguir para apresentação de seus planos, o que poderia ferir o sigilo das propostas.

[...] a partir do momento em que a Subcomissão técnica aceita propostas fora dos padrões fixados no edital a lisura do certame fica comprometida em razão da possibilidade de identificação das propostas, situação que a lei pretende coibir. Por tais motivos, inaceitável a justificativa dos representados de que erros formais de recuo, paginação etc. são questões de “somenos importância”, haja vista que qualquer proposta fora dos critérios formais importa em desclassificação pelo potencial risco de identificação das propostas. Diante do exposto, voto pela procedência da Representação quanto a esse ponto. (TCE/PR, 2019, on-line)

Ainda no mesmo caso, podemos perceber, em decisão do tribunal, como a subcomissão técnica está suscetível a receber suas legalidades penais, quando não faz apreciação correta de sua avaliação, e como falhas por ela cometida podem levar o certame inteiro a sua anulação.

Por tal motivo, reputo cabível a aplicação de uma multa administrativa prevista no artigo 87, IV, “g” da Lei Orgânica a cada um dos membros da Subcomissão técnica de julgamento de propostas. [...] Ainda, declaro a nulidade da Concorrência nº 18/2018 desde o ato inquinado de vício, qual seja a fase de julgamento de propostas. (TCE/PR, 2019, on-line)

Caso semelhante que corrobora com a presente análise ocorreu na Prefeitura de Maringá, onde uma das licitantes, participantes do processo de Concorrência nº 003/2017, realizado pelo município para contratação de serviços de publicidade, indicou à justiça ilegalidades cometidas pela subcomissão técnica. Essas violações aos princípios legais vão desde a mesma justificativa com conceitos lacônicos para avaliação de notas a todas as licitantes, o que fere expressamente o previsto no artigo 11, §4º, da Lei nº 12.232/2010, até a adoção de critérios não previstos em edital, o que também fere expressamente o princípio de vinculação ao edital, além de quebra de isonomia do certame, ao aferir melhores notas as licitantes que tinham sua sede no município realizador da licitação.

Mediante esse caso, o relator do processo, Ivan Lelis Bonilha, afirmou que são evidentes os indícios de irregularidades neste certame cometidos pela subcomissão na hora de atribuir suas notas, ferindo o que é disposto na Lei nº 12.232/2010.

Consoante fundamentos deduzidos na peça exordial, há possível irregularidade na aplicação da legislação pertinente às licitações, bem como há contundentes indícios de violação à Lei Federal nº 12.232/2010, que dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda. Em juízo de cognição sumária, típico desta fase processual, entendo que a Representação deve ser recebida na sua integralidade, uma vez que as licitações na área de publicidade são regidas pela Lei nº 12.232/2010, que efetivamente dispõe que o julgamento das licitações não pode ser feito em caráter genérico. Dispõe a aludida lei específica que o julgamento deve ser detalhado, por escrito e, ao que tudo indica, a Subcomissão de julgamento foi pouco detalhista, usando expressões genéricas como “atende ao edital”, “atende parcialmente ao edital”, “atende ao edital com ressalva”. Além da previsão em lei específica já mencionada, forçoso ressaltar que o novo Código de Processo Civil, aplicável subsidiariamente a esta Corte de Contas, preconiza que as decisões devem ser satisfatoriamente motivadas, in verbis: Art. 489. São elementos essenciais da sentença: [...] § 1º Não se considera fundamentada qualquer decisão judicial, seja ela interlocutória, sentença ou acórdão, que: I - se limitar à indicação, à reprodução ou à paráfrase de ato normativo, sem explicar sua relação com a causa ou a questão decidida; II - empregar conceitos jurídicos indeterminados, sem explicar o motivo concreto de sua incidência no caso; III - invocar motivos que se prestariam a justificar qualquer outra decisão; IV - não enfrentar todos os argumentos deduzidos no processo capazes de, em tese, infirmar a conclusão adotada pelo julgador; V - se limitar a invocar precedente ou enunciado de súmula, sem identificar seus fundamentos determinantes nem demonstrar que o caso sob julgamento se ajusta àqueles fundamentos; VI - deixar de seguir enunciado de súmula, jurisprudência ou precedente invocado pela parte, sem demonstrar a existência de distinção no caso em julgamento ou a superação do entendimento. [...] Assim, recebo o expediente quanto a estes pontos, a fim de que o Tribunal de Contas do Paraná apure se o julgamento violou a legalidade. Nada obstante, consta na petição inicial que a municipalidade, ao julgar as propostas, atribuiu as melhores notas aos licitantes com sede na localidade, fato que merece recebimento e apuração por este Tribunal, já que tal conduta pode ter representado o uso camuflado de critério não previsto em edital, o qual é ilegal, já que se veda privilegiar licitante em razão de sua localidade. (TCE/PR, 2018, on-line)

Diante de tal decisão, fica evidente a quebra de princípios legais cometidos pela comissão julgadora do processo que, por desconhecer os ditames da lei, comete, por sua vez, erros que cancelam a quebra dos princípios legais.

Porém, os erros por descumprimento da lei nº 12.232/2010 não estão adstritos somente à subcomissão técnica, existem casos que evidenciam também esses agravos por meio das comissões de licitação. Em exemplo, o Município de Paranaguá, que recusou um recurso a qual gerou um agravo de instrumento no Tribunal de Justiça do Estado do Paraná.

Em documento, o relator Des. Nilson Mizuta explica que a Comissão Permanente de Licitação afrontou, em princípio, o art. 9º, da Lei nº 12.232/2010, que prevê a identificação da licitante em momento posterior do certame.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa. (BRASIL, 2010)

Neste caso houve uma apresentação idêntica de proposta por parte de uma das licitantes participantes do certame, a anterior apresentada por ela, em uma licitação com o mesmo escopo para a mesma prefeitura, porém que havia sido anulada. Por já ter sido feita a apreciação e o cotejo das propostas, na licitação anterior a comissão de licitação já havia tido contato com essa proposta, o que causa, assim, a quebra do princípio do sigilo.

Aduziu que a Lei 12.232/2010, que regulamenta as licitações para contratação de serviço de publicidade, prevê que a Comissão Especial é encarregada apenas do recebimento da documentação e adequação às normas do ato convocatório, sem identificação dos participantes. Por sua vez, a análise e julgamento das propostas compete exclusivamente à Subcomissão Técnica. [...] Argumentou que a autoridade impetrada, ao consignar “alerta” na Ata da Sessão de Abertura do Processo Licitatório, realizará análise da proposta e invadira atribuição da Subcomissão Técnica. Defendeu que o ato impetrado implica na anulação do certame. Destacou que a conduta da Comissão Permanente se agravada por associar fatos externos ao processo licitatório, uma vez que o “alerta” relacionara a campanha publicitária apresentada com outra semelhante apresentada dois anos antes em licitação anulada. Afirmou que a

identificação da autoria da proposta em momento anterior ao previsto pela legislação ofende à isonomia do certame e os princípios da moralidade e da impessoalidade que devem reger a atividade da Administração Pública. (TJ/PR, 2016, on-line)

E não são somente decisões judiciais que comprovam erros de desconhecimento da Lei nº 12.232/10 por parte das frentes envolvidas na condução e julgamento dos certames de publicidade. Cada vez mais tem se tornado comum no meio publicitário a pergunta: “como está o andamento daquela licitação?” e as respostas são diversas - “parada”, “aguardando julgamento dos recursos”, “foi suspensa” e assim por diante. Por ser um processo com alto nível de complexidade, quando o certame não segue o princípio da legalidade, seu cancelamento é o ato que se impõe, e isso tem se tornado comum e estampado nas manchetes de notícias, nos mais diversos veículos de comunicação. Como exemplo, tem-se a licitação do Banco do Brasil, a qual foi revogada pelo próprio órgão, após investigações que indicaram a quebra do princípio de isonomia por parte de um dos julgadores da concorrência.

Figura 1–Manchete sobre cancelamento da licitação do Banco do Brasil por suspeita de fraude.



Fonte: <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2017/05/12/banco-do-brasil-Cancela-licitacao-por-suspeita-de-fraude.html>. Acesso em: 12 out. 2019.

Quebra de princípios legais também ocorreram na licitação de publicidade do Conselho Federal de Medicina Veterinária, no Distrito Federal, onde um membro da subcomissão técnica era irmão de uma profissional da agência vencedora. Além da

quebra do disposto no § 2º do art. 10, da lei nº 12.232/10⁷, fica evidente nesse caso as quebras do princípio de isonomia e impessoalidade.

Figura 2–Notícia de cancelamento de licitação do Conselho Federal de Medicina Veterinária

A vaca foi pro brejo na concorrência do Conselho Federal de Medicina Veterinária. Na última quinta-feira, 15/08, depois de descobrir que um dos jurados da subcomissão técnica era irmão de uma profissional da agência vencedora, a Fulldesign, o presidente do órgão, Francisco Cavalcanti de Almeida (foto), mandou cancelar toda a disputa pela conta avaliada em R\$ 3 milhões.

“A circunstância denota a quebra da isonomia, impessoalidade e da legalidade”, escreveu Almeida em sua decisão. Na ata de sorteio para a formação da subcomissão técnica, aparecem os nomes de Marcela Saad e Flávia Lobo Gonçalves como representantes do Conselho e de André Luiz César Ramos como jurado sem vínculo com a entidade.

Fonte: <http://www.janela.com.br/2019/08/17/suspeita-de-fraude-cancela-licitacao-de-agencias-em-brasilia/>. Acesso em: 12 out. 2019.

Se a lei estabelece as regras gerais para a realização de licitação e contratação para a Administração Pública de serviços de publicidade, tais normativas devem ser seguidas e observadas por todos os envolvidos no certame, seja quem irá conduzir, julgar ou participar do processo, devendo esse conhecimento se ampliar aos princípios de licitação e de direito administrativo, evitando que os processos sejam levados a esferas jurídicas ou até feridos de morte. Ocorre que, por ser algo denso, muitos desses envolvidos acabam não observando esses preceitos, e pautando suas condutas em atitudes subjetivas, o que, com a instituição dessa lei, não devem ocorrer, tendo em vista que, como cita Freddo (2017), “a Lei de Licitações de Publicidade é Perfeita? Talvez não. Mas é um avanço histórico em relação à legislação até 2010 aplicável” (FREDDO 2017, p. 19).

⁷ § 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resta evidente que, para que a Administração Pública possa realizar campanhas publicitárias, deve realizar um processo licitatório para contratar agências de publicidade. Para isso, a criação da Lei Federal nº 12.232/10 disciplina como devem ocorrer esses processos desde seu processamento, julgamento até a celebração do contrato. Com extrema relevância, essa lei confirmou a necessidade de um regramento específico que regesse esse certame, devido as suas diversas peculiaridades e características ímpares.

Guilherme F. Dias Reisdorfer (2014) afirma que, devido a essas particularidades, não há um processo de licitação tão complicado quanto ao atinente a esse certame.

Assim é que, dadas todas essas particularidades, já se afirmou que não há contratação pública “mais embaraçosa” do que a atinente à prestação de serviços de publicidade: “É um objeto como nenhum outro, de detalhamento pouco previsível por ocasião da licitação, porque grande parte das necessidades de comunicação surge ao sabor de fatos sociais, políticos ou econômicos que vão se sucedendo inopinadamente ao longo da duração do contrato”. (REISDORFER 2014, p.59)

Dessa forma, a Lei nº 12.232 surgiu, segundo o autor, como uma “tendência de descentralizar ou descodificar o direito das licitações” (REISDORFER 2014, p.59). Ou seja, com fundamentos nos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, juntos aos juízos básicos do processo licitatório e subsidiariamente a Lei nº 8.666/93 (Lei Geral de Licitação), a Lei de Licitação de Publicidade, trouxe soluções e normas diversas que permitiram um processo mais pragmático e não subjetivo como ocorria anteriormente.

Ocorre que, mesmo com todas essas normativas, os certames de publicidade cerca-se ainda de diversas subjetividades cometidas pelos entes condutores do certame ou pela comissão de julgamento, que, por desconhecimento dos regramentos da lei, acabam por cometer erros que levam essas licitações a serem anuladas por tribunais, se não envolvidas em escândalos que estampam noticiários por todo o país. É papel da Administração e de todas as partes envolvidas na licitação de publicidade

terem conhecimento das limitações trazidas pela lei, evitando, dessa forma, incongruências no decorrer do processo.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRINO, Marcelo; PAULO, Vicente. **Direito administrativo descomplicado**. 25. ed. rev e atual. São Paulo: Método, 2017.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil e glossário**. Rio de Janeiro: FAE, 1989.

_____. Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993. **Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm. Acesso em: 22 ago. 2019.

_____. Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010. **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**.. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm. Acesso em: 05 de set. 2019.

CARVALHO, Matheus. **Manual de direito administrativo**. 4. ed. rev. ampl. e atual. Salvador: Juspodivm, 2017.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de direito administrativo**. 28. ed. rev. ampl. e atual. até 31-12-2014. São Paulo: Atlas, 2015.

FREDDO, Claudio Mauricio. **Lei de Licitações de Publicidade - Comentada Artigo por Artigo**. 1 ed. São Paulo: Migalhas, 2017.

PARANÁ. Tribunal de Contas do Estado do Paraná. **Acórdão Nº 2773/19** - Tribunal Pleno . Sala de Sessões. Relator:Conselheiro Ivan Lelis Bonila. Sessão de 11/09/2019. Disponível em: <http://www1.tce.pr.gov.br/multimidia/2019/10/pdf/00340366.pdf>. Acesso em: 06 out. 2019.

_____. Tribunal de Contas do Estado do Paraná. **Acórdão Nº 172/18** - Tribunal Pleno. Sala de Sessões. Relator:Conselheiro Ivan Lelis Bonila. Sessão de 01/02/2018. Disponível em: <http://www1.tce.pr.gov.br/multimidia/2018/2/pdf/00324747.pdf>. Acesso em: 17 out. 2019.

_____. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. **AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 1488136-0**. Relator: Des. Nilson Mizuta. Sessão de 16/04/2016. Disponível em: https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/TJ-PR/attachments/TJ-PR_AI_14881360_64ff4.pdf?Signature=OMhzNr0akZEEvWJ52sif1y2bwtU%3D&Expires=1571346349&AWSAccessKeyId=AKIARMMD5JEO765VPOG&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=ca4a133aa6cc7da1dc546e243f0d6c35. Acesso em: 10 out. 2019.

REISDORFER, Guilherme F. Dias. **Licitação e contratação de serviços de publicidade – Reflexões sobre a Lei nº 12.232/2010 em face do direito das licitações e alguns aspectos práticos**. Belo Horizonte: R. bras. de Dir. Público – RBDP, ano 12, n. 44, 2014.