

PROJETO DE LEI DO SENADO N° , DE 2005

Acrescenta o § 5º ao art. 46 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, a fim de regular a utilização das licitações dos tipos “melhor técnica” e “técnica e preço” na contratação de serviços de propaganda e publicidade.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 46 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, passa a viger acrescido do seguinte § 5º:

“**Art. 46.**

.....

§ 5º Para a contratação de serviços de propaganda e publicidade, será vedada a adoção de licitações do tipo “melhor técnica”, bem como as do tipo “técnica e preço”, sempre que o peso atribuído à valoração da proposta de preço referido no inciso II do § 2º deste artigo represente menos que 50% (cinquenta por cento) da média ponderada final.” (AC)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As investigações levadas a cabo por ocasião da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito “dos Correios” trouxeram à tona o universo escabroso das relações dos governos com suas agências de publicidade, que ficaram caracterizadas pela ausência de transparência e de critérios objetivos para a escolha das prestadoras dos serviços de propaganda que serão contratadas.

Um dos maiores problemas no que se refere à contratação de tais serviços de publicidade pelo poder público é que as licitações são direcionadas na esmagadora maioria dos casos. Isso se dá porque elabora-se um edital de licitação do tipo “melhor técnica” onde os critérios para julgamento são subjetivos e direcionados para favorecer a agência de propaganda que de antemão já se deseja contratar. As diferentes concorrentes são usualmente instadas a apresentar projetos de comunicação que serão avaliados por uma comissão interna do órgão licitante e que, na prática, apenas formaliza a decisão política anteriormente tomada de escolher este ou aquele licitante. Eventualmente, são também realizadas licitações do tipo “técnica e preço” nas quais se atribui à proposta econômica (de preço) um peso tão reduzido na avaliação final que verdadeiramente demonstra ser aquela uma licitação do tipo “melhor técnica” mascarada.

A presente alteração na Lei de Licitações determina um peso mínimo de 50% (cinquenta por cento) para a proposta econômica nas licitações de serviços de publicidade, dificultando o direcionamento de tais contratos, aumentando a concorrência e aplicando o princípio da isonomia, que vem sendo fraudado em tais licitações. Ainda, em virtude da relevância

do critério de preço, levaria necessariamente a uma economia nos gastos públicos que seria rapidamente percebida.

Por esses motivos, estamos seguros da aprovação por esta Casa do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões,

Senador **PAULO PAIM**