

A divulgação do aviso de edital de pregão em jornal de grande circulação: cotejo entre o princípio da publicidade e a interpretação do Art. 4º, inc. I, da Lei 10.520/02

Bruno Gameiro Martins¹

Resumo

Este trabalho pretende debater os requisitos essenciais à publicidade em jornal de grande circulação para licitações na modalidade pregão que são consideradas de vulto, nos termos do art. 4º, I, da Lei 10.520/02. Pretende-se demonstrar que o princípio da publicidade, insculpido no art. 37, *caput*, da Constituição da República, não determina que os entes públicos, ao regulamentarem o tema, tenham necessariamente que estabelecer como licitação de vulto aquela que tenha valor idêntico à modalidade concorrência ou que a abrangência territorial do veículo de publicação deve ser, no mínimo, regional ou estadual.

Palavras-chaves: Pregão. Publicidade do aviso de edital. Definição de licitação de vulto. Abrangência territorial do veículo de publicação. Princípios constitucionais da publicidade e razoabilidade. Autonomia entre os entes públicos.

Abstract

This paper intends to discuss the essential requirements to advertising in a newspaper of general circulation for bids in the form of trading that are

¹ Analista de Controle Externo, Especialidade Direito, do Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro; Ex-Procurador Municipal de Iguaba Grande/RJ; Advogado.

considered major under art. 4, I, of Law 10.520/02. We intend to demonstrate that the principle of publicity, included in art. 37, caput, of the Constitution, it states that public entities, to regulate the issue, must necessarily establish how bidding major one that has equal value to the sport competition or territorial scope of the vehicle must be published in least regional or state.

Keywords: Advertising warning notice. Definition of major bidding. Territorial scope of publishing vehicle. Constitutional principles of advertising and reasonableness. Autonomy among public entities

1. Introdução

A Constituição da República, inaugurando no Brasil um Estado Democrático de Direito, trouxe em seu texto uma série de diretrizes que visavam conferir aos cidadãos a possibilidade de verificar a atuação de seus representantes. Pretendia-se, com isso, não permitir que se reproduzissem os abusos autoritários cometidos durante o período ditatorial que precedeu à promulgação da Carta Cidadã de 1988.

Por essa razão, a Constituição veio impregnada de diversas formas de estimular e propiciar efetivamente a participação do cidadão na vida política nacional, principalmente mediante a instauração de instrumentos que conferem maior transparência aos atos públicos. Possibilitava-se, igualmente, a maior fiscalização de toda a sociedade nos atos dos exercentes de Poder, notadamente no Poder Executivo.

No que toca ao objeto deste artigo, ganha relevo a publicidade dos atos praticados pela Administração Pública, elevada à categoria de princípio constitucional, nos termos do art. 37, *caput*, da Constituição de 1988.

Nas palavras de José dos Santos Carvalho Filho (2008, p. 24), o princípio da publicidade:

Indica que os atos da Administração devem merecer a mais ampla divulgação possível entre os administrados, e isso porque constitui fundamentos do princípio propiciar-lhes a possibilidade de controlar a legitimidade da conduta dos agentes administrativos. Só com a transparência dessa conduta é que poderão os indivíduos aquilatar a legalidade ou não dos atos e o grau de eficiência de que se revestem.

Esse princípio ganha especial relevo no que toca às licitações públicas para contratação de obras, serviços, compras e alienações promovidas pelos entes públicos. Isso ocorre porque a obediência ao princípio da publicidade é a forma mais fácil e efetiva de concretizar no seio dos certames públicos a incidência de outros princípios constitucionais, da impessoalidade e moralidade, e dos princípios específicos da matéria, tais como os da isonomia, da seleção da proposta mais vantajosa, da economicidade e da probidade administrativa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/93.

Nas palavras do Ministro aposentado do Supremo Tribunal Federal, Dr. Eros Grau, Relator da Ação Direta de Inconstitucionalidade n.º 2.716:

A licitação é um procedimento que visa à satisfação do interesse público, pautando-se pelo princípio da isonomia. Está voltada a um duplo objetivo: o de proporcionar à Administração a possibilidade de realizar o negócio mais vantajoso - o melhor negócio - e o de assegurar aos administrados a oportunidade de concorrerem, em igualdade de condições, à contratação pretendida pela Administração. (...) Procedimento que visa à satisfação do interesse público, pautando-se pelo princípio da isonomia, a função da licitação é a de viabilizar, através da mais ampla disputa, envolvendo o maior número possível de agentes econômicos capacitados, a satisfação do interesse público. A competição visada pela licitação, a instrumentar a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, impõe-se seja desenrolada de modo que reste assegurada a igualdade (isonomia) de todos quantos pretendam acesso às contratações da Administração (...).

Em que pese a inequívoca importância do princípio da publicidade, sua assunção por operadores do direito como justificativa para ampliar os requisitos de publicidade dos avisos de edital de licitações públicas em possível

confronto com o disposto na lei ordinária que rege o tema – notadamente na modalidade pregão – parece não se coadunar com a ordem jurídica vigente.

Esse aparente descompasso é o objeto deste texto, que visa estabelecer a interpretação do art. 4º, I, da Lei 10.520/02 de forma a coaduna-lo não só com o princípio da publicidade, mas também com a autonomia de entes públicos.

2. O princípio da publicidade no pregão: o papel do legislador infraconstitucional

Como é ínsito a sua categoria, os princípios previstos na Constituição da República de 1988 possuem um caráter naturalmente fluido, com elevado grau de abstração.

Como leciona Luís Roberto Barroso (2005):

O reconhecimento de normatividade aos princípios e sua distinção qualitativa em relação às regras é um dos símbolos do pós-positivismo. Princípios não são, como as regras, comandos imediatamente descritivos de condutas específicas, mas sim normas que consagram determinados valores ou indicam fins públicos a serem realizados por diferentes meios. A definição do conteúdo de cláusulas como dignidade da pessoa humana, razoabilidade, solidariedade e eficiência também transfere para o intérprete uma dose importante de discricionariedade. Como se percebe claramente, a menor densidade jurídica de tais normas impede que delas se extraia, no seu relato abstrato, a solução completa das questões sobre as quais incidem. Também aqui, portanto, impõe-se a atuação do intérprete na definição de seu sentido e alcance.

A partir disso, denota-se não ser possível aferir com absoluta certeza se determinada conduta concreta ofende ou não a um princípio. Não raro, para alguns intérpretes o princípio restará fulminado, enquanto que para outros permanecerá incólume.

A fim de evitar subjetivismos exacerbados e no intuito de conferir maior segurança jurídica às relações travadas na sociedade, faz-se essencial que

em alguns campos do direito haja uma maior parametrização dos preceitos insculpidos nos princípios.

Aqui, ganha relevo a atuação do legislador. Como representante da vontade popular, é o principal legitimado a aquilatar a forma como determinado princípio deve reger casos mais específicos. Ou seja, o próprio legislador pondera e gradua o princípio ao estabelecer a regra.

Essa fórmula privilegia tanto o legislador constituinte quanto o legislador ordinário hodierno e molda o princípio aos anseios atuais da sociedade, mas mantém viva sua essência. Em razão disso, as leis gozam de presunção de constitucionalidade, que só pode ser afastada por decisão judicial (ou dos Tribunais de Contas – súmula n.º 347, do Supremo Tribunal Federal).

Sempre atento a tais conceitos, na hipótese em estudo, o Congresso Nacional tratou da publicidade da modalidade de licitação Pregão no art. 4º, I, da Lei 10.520/02, que prevê o seguinte:

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.

Considerando o texto colacionado, nota-se que o legislador nacional, inspirado pelo princípio da publicidade e procurando dele extrair a regra aplicável à modalidade de licitação criada pela Lei 10.520/02, determinou que para Pregões “de vulto”, a publicidade também se desse em “jornal de grande circulação, nos termos do regulamento de que trata o art. 2º”. Destarte, o regulamento editado por cada ente público poderá definir o que seria considerado **licitação de vulto**, conceito capaz de atrair a necessidade de publicidade em jornal de **grande circulação**.

Nota-se que o termo “grande circulação”, diversamente do que consta no art. 21, III, da Lei 8.666/93, **não está qualificado com a abrangência territorial da publicação**. Esse dado, tal como a definição do vulto da licitação, por inequívoco silêncio eloquente do legislador, foi deferido ao regulamento

a ser editado pelos entes públicos.

Em outras palavras, conferiu-se aos entes públicos resolver sobre: (1) o valor considerado de vulto e (2) o alcance territorial do veículo de publicação considerando o vulto do certame.

É essa a expressão do princípio da publicidade que foi definida pelo legislador nacional no que toca à modalidade de licitação pregão, principalmente considerando que a então nova modalidade veio à lume justamente no intuito de simplificar alguns requisitos formais insculpidos na Lei 8.666/93, de forma a conferir maior celeridade e menor dispêndio ao certame, sem olvidar de preceitos que resguardam o interesse público.

3. O art. 4º, I, da Lei 10.520/02 e a compatibilidade dos regulamentos com o Princípio da Publicidade

Em que pese a intenção de legislador ordinário de deferir aos entes públicos a possibilidade de definir critérios relevantes relacionados à publicidade da licitação em veículos não oficiais, importa igualmente frisar que a legislação federal não conferiu um “cheque em branco” aos entes públicos. Com efeito, o regulamento deve também buscar luzes no princípio constitucional da publicidade, agora sob a influência do também constitucional princípio da razoabilidade.

Não se pode deixar de citar, exemplificando certas municipalidades do Estado do Rio de Janeiro, que algumas regulamentações notoriamente não cumprem o desiderato do art. 4º, I, da Lei 10.520/02 e, em última análise, desobedecem ao próprio princípio da publicidade e ao da razoabilidade.

É o caso do Município de Duque de Caxias, que no art. 10, do Decreto Municipal n.º4.296/2003, previu o seguinte:

Art. 10. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados mediante a publicação de aviso em boletim oficial do Município, e por divulgação por meios eletrônicos no caso do pregão eletrônico.

Nota-se que a regulamentação ficou aquém do comando da legislação federal, vez que não estipulou tanto o valor tido como de vulto, com o alcance territorial do veículo de publicação considerando o vulto do certame. Essa deficiência na regulamentação deságua em conferir ao gestor uma discricionariedade exacerbada, vez que este, sob o pálio da legislação local, poderia limitar indevidamente a publicidade do pregão em certames com estimativa orçamentária considerável.

Também o Município de Angra dos Reis ficou aquém do comando da Lei 10.520/02 ao elaborar o Decreto Municipal n.º 4.748/05, que contém o seguinte no art. 11, inciso I:

Art. 11. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados, através da divulgação do edital e aviso específico, observadas as seguintes regras:

I – a convocação dos interessados será efetuada por meio de publicação de aviso em órgão de publicação oficial do Município ou, não existindo, em jornal de circulação local, e facultativamente, por meios eletrônicos e conforme o vulto da licitação, em jornal de grande circulação na região;

Como se percebe, o Decreto Municipal deixou de estabelecer o vulto da licitação que exigiria a publicidade em jornal de grande circulação.

Outro exemplo ocorre com o Decreto Municipal n.º 2.510/09 de Belford Roxo, que no art. 11, I, do Anexo I, praticamente (e ilegalmente) reprisou os termos do art. 4º, I, da Lei 10.520/02. Vejamos:

Art. 11. A fase externa do Pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras, como determinado pela Lei nº 10.520/2002:

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 grande circulação local, e facultativamente, por meios eletrônicos e conforme o vulto da licitação, em jornal de grande circulação;

Em sentido semelhante, o Município de Valença, que pretendeu regulamentar o tema da seguinte forma no art. 6º, I, do Decreto Municipal n.º 50/2003:

Art. 6º. 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 específico no Boletim Oficial do Município, e facultativamente, por meios eletrônicos e conforma o vulto da licitação, em jornal de grande circulação;

Por fim, o Município de Queimados frustrou a legislação federal ao restringir a publicidade dos pregões à publicação dos avisos correlatos apenas no Boletim Oficial de Queimados. É o que encontramos no art. 10, *caput*, do Decreto Municipal n.º 736/06:

Art. 10 – A fase externa da licitação por Pregão será iniciada com a convocação dos interessados, obrigatoriamente, por meio de publicação de aviso específico no Boletim Oficial de Queimados (BOQ).

O grande desafio se dá quando a atuação do legislador regional ou local edita um regulamento que se situa fora de uma zona de certeza positiva (onde o regulamento efetivamente cumpre os princípios da publicidade e razoabilidade) e de uma zona de certeza negativa (onde há inequívoca infringência aos princípios referidos, tal como ocorre nos exemplos adrede referidos).

É nessa área de penumbra que ganha importância a atuação dos órgãos judicantes, em especial das Cortes de Contas, visto que se aferirá, no caso concreto, se a administração pública, legitimada a tratar do tema em razão da redação de norma nacional, atuou ou não em conformidade com o princípio constitucional da publicidade.

Nessa seara, parece ter adquirido relevância uma interpretação restritiva do poder regulamentar adstrito deferido aos entes públicos, que deveriam estar aos preceitos da Lei 8.666/93. Assim, partindo de uma interpretação sistemática da Lei de Licitações e Contratos Administrativos com a Lei 10.520/02, passou-se a entender que as licitações com um valor estimado acima de R\$650.000,00 deveriam observar de forma mais rigorosa o princípio da publicidade, a culminar na publicação do aviso do edital de pregão em

jornal de grande circulação regional ou nacional.

Essa interpretação ganhou adeptos principalmente considerando que diversos entes públicos, ao regulamentarem a matéria, efetivamente balizaram o vulto do pregão às faixas de valores que foram estimadas na Lei 8.666/93 como parâmetro de utilização das diversas modalidades de licitação.

É o que encontramos no art. 11, I, 'c', do Decreto Federal n.º 3.555/2000:

Art. 11. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

(...)

c) para bens e serviços de valores estimados superiores a R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais): (Redação dada pelo Decreto nº 3.693, de 2000)

1. Diário Oficial da União;
2. meio eletrônico, na Internet; e
3. jornal de grande circulação regional ou nacional;

No mesmo sentido, o Decreto n.º 31.863/2002, do Estado do Rio de Janeiro, determina o seguinte:

Art. 10 – A licitação por pregão será regida, sem prejuízo da legislação mencionada no art. 2º, pelas seguintes normas:

I – a convocação dos interessados será efetuada, obrigatoriamente, por meio de publicação de aviso específico no Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro e por meio eletrônico, na Internet, sendo que, para bens e serviços de valores estimados acima de R\$ 160.000,00 (cento e sessenta mil reais), até R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais), também deverá haver publicação de aviso em jornal de grande circulação local e, para valores acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais), além dos avisos obrigatórios, a publicação em jornal de grande circulação regional ou nacional.

Seguindo essa vereda citamos o Decreto n.º 44.786/2008, do Estado de Minas Gerais, o Decreto n.º 5.721/2003, do Estado de Goiás e o Decreto n.º 30.538/2009, do Município do Rio de Janeiro, que respectivamente estabelecem o seguinte:

Art. 8º - 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 função dos seguintes limites:

(...)

c) para bens e serviços de valores estimados superiores a R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais):

Art. 11. A fase externa do pregão será iniciada com a convocação dos interessados e observará as seguintes regras:

(...)

c) para bens e serviços de valores estimados superiores a R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais):

1. por meio eletrônico, através da Internet;

2. no Diário Oficial do Estado de Goiás;

3. em jornal de grande circulação regional ou nacional;

Art. 7º A fase externa do Pregão observará as seguintes regras:

I - a convocação dos interessados será efetuada por meio de publicação de aviso em função dos seguintes limites:

(...)

c) através de aviso publicado no D.O. RIO, em meio eletrônico, na internet e no jornal de grande circulação regional ou nacional para aquisições de bens ou serviços comuns de valores estimados acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais).

Todavia, deve-se ressaltar que inexistente vinculação ou subordinação entre as regulamentações editadas pelos diversos entes públicos sobre o tema. Nos termos da doutrina de Marçal Justen Filho²:

A União legisla sobre licitação por força de dispositivo constitucional que lhe atribui competência para dispor sobre normas gerais (CF/88, art. 22, inc. XXVII). Não se pretende, nesse ponto, reabrir a trágica discussão sobre o conceito de normas gerais. O que é irrefutável é a titularidade de cada ente federal da competência para regulamentar as normas gerais de acordo com o seu interesse peculiar.

“Mais do que isso, a competência do Chefe do Executivo federal para regulamentar leis federais não pode ser utilizada para dispor sobre normas gerais, com força vinculante para os demais entes federais.

2 JUSTEN FILHO, Marçal. **Pregão: Comentários à Legislação do Pregão Comum e Eletrônico**. 5.ed. São Paulo: Dialética. 2009. 22p.

(...)

Isso significa que, havendo competência legislativa dos demais entes da Federação, o Presidente de República somente disporá de competência para editar regulamentação federal. É que o regulamento federal não veicula normas gerais, mas específicas, detalhadas, destinadas a adaptar as normas gerais às circunstâncias e características da organização estatal.

Logo, apesar desses regulamentos estarem situados na denominada área de certeza positiva, não há obrigatoriedade de que determinado estado ou município da federação adote o padrão da União ou mesmo do Estado membro em sua própria regulamentação. Seu único parâmetro, como já ressaltado, é o próprio princípio da publicidade, influenciado pelo princípio da razoabilidade.

Sendo assim, nota-se que a interpretação sistemática acima referida minimiza indevidamente o poder regulamentar deferido aos gestores pelo art. 4º, I, da Lei 10.520/02 (e, em última análise, à própria autonomia dos entes públicos) e vincula a atuação regulamentar aos preceitos da Lei 8.666/93, ou seja, as licitações de vulto seriam aquelas de valor acima de R\$650.000,00 (art. 23, II, 'c', Lei 8.666/93), a atrair a necessidade de publicidade em jornal de grande circulação no estado (art. 21, III, da Lei 8.666/93). Vejamos os dispositivos legais ora referidos:

Art. 23. As modalidades de licitação a que se referem os incisos I a III do artigo anterior serão determinadas em função dos seguintes limites, tendo em vista o valor estimado da contratação:

(...)

II - para compras e serviços não referidos no inciso anterior: (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998).

(...)

c) concorrência - acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais). (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998).

Art. 21. Os avisos contendo os resumos dos editais das concorrências, das tomadas de preços, dos concursos e dos leilões, embora realizados no local da repartição interessada, deverão ser publicados com antecedência, no mínimo, por uma vez: (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994):

(...)

III - em jornal diário de grande circulação no Estado e também, se houver, em jornal de circulação no Município ou na região onde será realizada a obra, prestado o serviço, fornecido, alienado ou alugado o bem, podendo ainda a Administração, conforme o vulto da licitação, utilizar-se de outros meios de divulgação para ampliar a área de competição (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994).

Com a devida vênia dos que pensam dessa forma, essa não parece ser a melhor interpretação. Nos termos do supracitado, o legislador ordinário, ao deixar de definir o valor do certame e a abrangência territorial do veículo de publicação, atou em silêncio eloquente, portanto, com a inequívoca intenção de diferenciar a modalidade de licitação prevista na Lei 10.520/02 das instituídas na Lei 8.666/93. Frisa-se: essa foi a concretização do princípio da publicidade que o legislador nacional conferiu à modalidade de licitação pregão.

Não fosse assim, se pretendesse determinar uma aplicação linear e sistemática entre todas as modalidades licitatórias, apenas deixaria de tratar do tema na Lei do Pregão, a fazer incidir subsidiariamente a Lei 8.666/93, nos termos do art. 9º, da Lei 10.520/02.

Assim sendo, não se pode afirmar categoricamente que há inconstitucionalidade por ofensa ao princípio da publicidade na hipótese da regulamentação editada por determinado ente público fixar como licitação de vulto certame cujo valor estimado suplante aquele previsto no art. 23, II, 'c', da Lei 8.666/93, a ensejar necessariamente publicidade em jornal de grande circulação no estado, conforme preceitua o art. 21, III, do mesmo diploma legal.

A bem da verdade, é tal exegese que flerta com a inconstitucionalidade, vez que denota ser ofensiva à autonomia dos entes públicos, segundo consta no art. 18, *caput*, da Constituição da República.

Não é por outra razão que, no tema, diversos outros entes federados regulamentaram o pregão sem se ater aos ditames da Lei 8.666/93. A própria União o fez no Decreto 5.450/05, quando estipulou o seguinte ao tratar do pregão eletrônico:

Art. 17. A fase externa do pregão, na forma eletrônica, será iniciada com a convocação dos interessados por meio de publicação de

aviso, observados os valores estimados para contratação e os meios de divulgação a seguir indicados:

(...)

II - acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais) até R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais):

- a) Diário Oficial da União;
- b) meio eletrônico, na internet; e
- c) jornal de grande circulação local;

Em sentido semelhante, o Decreto n.º 12.234/2006 do Estado de Rondônia:

Art.15º A Fase externa do pregão, na forma presencial, será iniciada com a convocação dos interessados por meio de publicação de aviso observados os valores estimados para contratação e os meios de divulgação a seguir indicados:

I – até R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais):

- a) Diário Oficial do Estado de Rondônia; e
- b) facultativamente por meio eletrônico, na Internet;

II – acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais) até R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais):

- a) Diário Oficial do Estado de Rondônia;
- b) Jornal de grande circulação local; e
- c) facultativamente por meio eletrônico, na Internet;

III - superior a R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais):

- a) Diário Oficial do Estado de Rondônia;
- b) Jornal de grande circulação regional ou nacional; e
- c) facultativamente por meio eletrônico, na Internet.

Outro caso com regulamentação diferenciada, mas não ofensiva ao princípio da publicidade, se dá no Estado de São Paulo, que estabeleceu o seguinte no Decreto n.º 47.297/2002:

Artigo 8º - A convocação dos interessados em participar do certame será efetuada:

I - por meio de publicação de aviso no Diário Oficial do Estado e por meio eletrônico, quando o valor estimado para a contratação for inferior a R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais);

II - por meio de publicação de aviso no Diário Oficial do Estado, por meio eletrônico e em jornal de grande circulação local quando o valor estimado para a contratação for igual ou superior a R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais).

No Estado do Rio de Janeiro, vale ressaltar o caso do Município de Macaé, um grande polo da indústria petrolífera. Vejamos o teor do art.12, I, da Lei Municipal n.º 2.888/2007 com a redação dada pela Lei Municipal n.º 3.071/2008:

Art. 12. (...)

I – a convocação dos interessados será efetuada por meio de publicação de aviso em função dos seguintes limites:

a) para bens e serviços de valores estimados em até R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais);

imprensa oficial no Município conforme Lei Orgânica Municipal; meio eletrônico, na internet, nos sítios oficiais da Administração; e jornal de grande circulação local;

b) para bens e serviços de valores estimados acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais) até R\$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais);

imprensa oficial no Município conforme Lei Orgânica Municipal; meio eletrônico, na internet, nos sítios oficiais da Administração; e jornal de grande circulação local;

c) para bens e serviços de valores estimados acima de R\$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais);

imprensa oficial no Município conforme Lei Orgânica Municipal; meio eletrônico, na internet, nos sítios oficiais da Administração; e jornal de grande circulação regional e nacional;

O Município de Campos dos Goytacazes, localidade que situa várias bacias petrolíferas, foi um pouco mais além. Com efeito, o art. 13, do Decreto Municipal n.º 065/2005, estabeleceu como licitação de vulto aquela com valor superior a R\$1.500.000,00. Vale reproduzir o texto regulamentar:

Art. 13. (...)

I – a convocação dos interessados será efetuada por meio de publicação de aviso em função dos seguintes limites:

a) para bens e serviços de valores estimados em até R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais);

1. Diário Oficial do Município;

2. meio eletrônico, na internet.

b) para bens e serviços de valores estimados acima de R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais) até R\$1.500.000,00

(um milhão e quinhentos mil reais);

1. Diário Oficial de Município;
2. jornal de grande circulação local;
3. meio eletrônico, na internet.

c) para bens e serviços de valores estimados acima de R\$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais);

1. Diário Oficial do Município;
2. jornal de grande circulação regional ou nacional;
3. meio eletrônico, na internet

Diversos outros entes públicos deixaram de seguir os padrões de Lei 8.666/93. Isso, contudo, não implica em concluir pela inconstitucionalidade da regulamentação.

Assim sendo, desde que o vulto da licitação e a abrangência territorial do veículo de publicidade de grande circulação sejam estabelecidos em parâmetros razoáveis, a análise pelos órgãos de controle acerca da publicação do aviso de edital de pregão não deve se descurar do poder regulamentar que foi deferido aos entes públicos, nos termos do art. 4º, I, da Lei 10.520/02. Respeita-se, dessa forma, a vontade do legislador nacional ao tratar da matéria, os desideratos almejados pela criação da modalidade de licitação pregão e, por fim, a autonomia entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, constitucionalmente estabelecida.

Conclusão

Por todo o exposto, a definição do que pode ser considerado como licitação de vulto pode variar entre cada um dos entes da federação brasileira, de modo a diferenciar também a abrangência territorial do veículo de publicidade do aviso do edital de pregão.

Portanto, não há base constitucional ou legal capaz de inferir sejam os regramentos editados com fulcro no art. 4, I, da Lei do Pregão, necessariamente vinculados com os ditames da Lei 8.666/93 sobre a matéria.

Logo, a única exigência e aferição que os órgãos de controle devem efetuar nos regulamentos sobre a matéria é se estes obedeceram ao princípio da razoabilidade. Não se pode constituir um padrão uniforme e vinculante

aplicável a todos os entes públicos.

Essa saudável variação respeita tanto os ditames do art. 4º, I, da Lei 10.520/02 quanto a autonomia entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, sem que isso conduza à necessária ofensa ao princípio constitucional da publicidade, tal qual lançado no art. 37, *caput*, da Constituição da República.

Referências

BARROSO, Luís Roberto. **Neoconstitucionalismo e constitucionalização do Direito. O triunfo tardio do Direito Constitucional no Brasil.** Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 851, 1 nov. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/7547>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo.** 22.ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris. 2008. 24p.