

Briga pela publicidade

Carlos Alexandre e
Renato Alves
Da equipe do **Correio**

No último dia 9 de abril, a empresa espanhola Cemusa assinou um contrato com o GDF que pode lhe render cerca de US\$ 8 milhões anuais pelos próximos 20 anos. A empresa ganhou, por meio de licitação, o direito de explorar a propaganda em 1.516 locais no Distrito Federal, incluídos 950 pontos de ônibus. O acordo com a Cemusa esbarra, entretanto, em outro acerto firmado pelo governo. A firma Encom Engenharia tem um contrato com a Administração de Brasília que garante a exclusividade da publicidade nas paradas de coletivos do Plano Piloto até 2006.

Para não perder a exploração dos espaços no Plano Piloto — onde estão 80% dos pontos licitados para a Cemusa —, os diretores da Encom, uma empresa brasileira, recorreram à Justiça. Conseguiram no Tribunal de Justiça do DF (TJDF) um mandado de segurança no dia 30 de abril que mantém a legalidade do contrato de exclusividade firmado com a Administração de Brasília.

A Companhia Urbanizadora da Nova Capital (Novacap), coordenadora da concorrência vencida pela Cemusa, tentou cassar a liminar da Engecom. Junto com a empresa espanhola, a estatal entrou com quatro agravos de instrumento no TJDF. Perdeu em todas.

Impedida de explorar os pontos do Plano Piloto — os mais rentáveis, por causa do grande fluxo de pessoas — a Cemusa não começou a venda de publicidade em outros pontos do DF. Limitou-se à instalação de dois abrigos de ônibus modelos na pista de acesso ao Aeroporto Internacional de Brasília, no Lago Sul.

Pelo contrato, a Cemusa terá que instalar metade dos pontos de publicidade — 475 abrigos de ônibus, 250 totens e quatro banheiros públicos — até abril do ano que vem. A empresa terá de repassar ao GDF 10% do faturamento bruto mensal. Além das propagandas, a empresa espanhola pode lucrar com os sanitários públicos na capital. O contrato dá o direito de cobrar até R\$ 1 de cada usuário.

PARECERES IGNORADOS

A Encom reivindica o direito de fazer propaganda no Plano Piloto com base em um contrato firmado em 1996 com a Administração de Brasília. O acordo tinha validade de cinco

Sergio Amaral



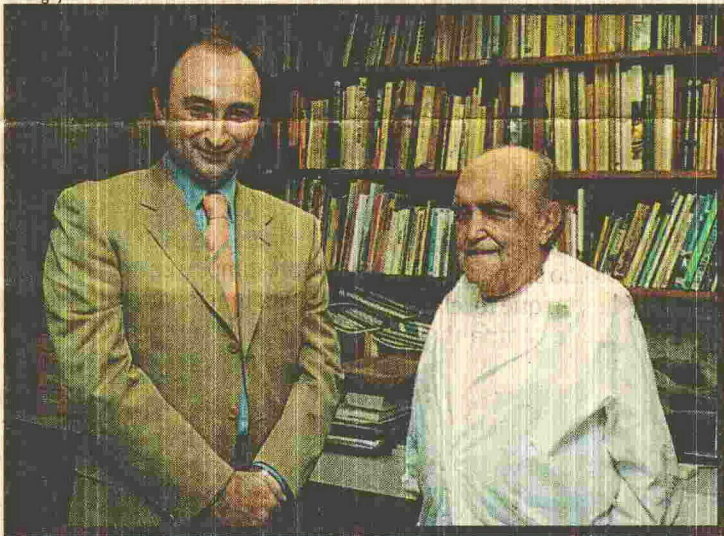
PONTO DE ÔNIBUS ONDE A CEMUSA INSTALOU ANÚNCIOS DE PUBLICIDADE: JUSTIÇA GARANTIU À ENCOM A EXCLUSIVIDADE DA PROPAGANDA NO PLANO PILOTO

anos e foi renovado em setembro do ano passado por mais cinco. A renovação foi avalizada pela chefe da Assessoria Jurídica da Administração de Brasília, Dulce Oliveira; pelo então administrador regional, Antônio Gomes; e pela procuradora-geral adjunta do GDF, Valéria Pessoa.

A Novacap, entretanto, contesta o contrato da Encom. No dia 21 de janeiro de 2002, a companhia julgou improcedente um requerimento da Encom pedindo a impugnação da concorrência que permitiria a propaganda em espaços públicos. O presidente da Comissão Especial de Licitação, Félix Vieira de Almeida, alegou que no edital divulgado em 24 de setembro não estavam definidos os pontos a serem explorados pela empresa vencedora. “Não é este o momento e o foro adequado para discussão deste tema”, afirmou Félix de Almeida. Félix também considerou o argumento da Encom “altamente questionável”, apesar dos pareceres do GDF que asseguravam à empresa brasileira o direito de exclusividade de propaganda no Plano Piloto.

Em 22 de janeiro, um dia após a negativa ao pedido da Encom, a Novacap divulgou um novo edital

Divulgação



JUAN CARLOS ORGE, DIRETOR DA CEMUSA, CONTRATOU OSCAR NIEMEYER

de concorrência, em substituição ao primeiro lançado em setembro. Desta vez, o governo definiu a lista dos 1.516 pontos onde haveria propaganda. No início de abril, o GDF anunciou a Cemusa como vencedora da licitação.

Na inauguração dos dois abrigos modelos, no dia 29 de abril, o governador Joaquim Roriz disse que a Cemusa explorará os pontos em todo o DF. “Além de bonitos, práticos e funcionais, os abrigos serão padronizados em toda

a cidade”, ressaltou.

Apesar da simpatia de Roriz aos serviços da Cemusa, a Administração de Brasília confirmou a validade do contrato firmado com a Encom. Os diretores da empresa de engenharia disseram que vão continuar se manifestando sobre a licitação vencida pela Cemusa somente na Justiça. O **Correio** tentou ouvir ainda representantes da Secretaria de Obras, da Novacap e da Cemusa, mas não obteve nenhum retorno.

Licitação sob suspeita

A escolha da Cemusa para explorar a propaganda no DF ocorreu em meio a uma suspeita de irregularidades na concorrência feita pela Novacap. Dois meses antes da divulgação do edital, o **Correio** mostrou, no dia 3 de julho de 2001, indícios de direcionamento da licitação. No edital, o GDF exigia que a empresa interessada tivesse um patrimônio líquido de pelo menos R\$ 7 milhões. Das três empresas que dominam o mercado desse setor no Brasil, só a Cemusa preenchia esse requisito. A multinacional ganhou licitações semelhantes no Rio de Janeiro e em Salvador.

A Cemusa se preparou para atuar em Brasília. Contratou Oscar Niemeyer para desenhar os projetos de arquitetura de abrigos de ônibus e relógios digitais. Com a assinatura do arquiteto, os projetos teriam mais chances de serem aprovados pelos órgãos que fiscalizam a preservação do traçado original da cidade.

O deputado distrital Wasny de Roure (PT) levou as denúncias de irregularidades ao Ministério Público do DF antes do fim da concorrência. Por meio de uma representação à Promotoria de Defesa da Ordem Urbanística (Prourb), ele tentou impugnar a licitação. Depois, no entanto, a representação foi transferida para a Promotoria de Defesa do Patrimônio Público (Prodep), que trata de licitações. Mas não há titular no cargo desde maio. A promotora Eunice Pereira Amorim deve assumir a função somente a partir de agosto. O MP não entrou com nenhuma ação no Tribunal de Justiça.

“A duplicidade de contratos de publicidade demonstra que a licitação da Novacap não é um processo transparente. O que mais lamento é a falta de interesse do Ministério Público em apurar essa irregularidade”, reclama Wasny de Roure.