



## DECISÃO DE RECURSO ADMINISTRATIVO CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

**Objeto:** Contratação de até duas (2) agências de publicidade para a prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará

**Assunto:** Recurso Administrativo

**Recorrente:** AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI

Versa o presente feito sobre processo de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob nº **3/2021-001GABIN**, que versa a contratação de até duas (2) agências de publicidade para a prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Na sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas constantes do processo citado acima pela Comissão de Licitação, às fls. 775/776, no dia 24 de janeiro de 2022, foi proferido o resultado das empresas classificadas no certame.

Diante do julgamento das propostas apresentadas, a Comissão de Licitação, concedeu o prazo de 05 (cinco) dias úteis, para que as empresas fizessem vistas dos autos, podendo, eventualmente, interpor recursos, pertinentes a essa fase.

Nesse sentido, a Empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, recorreu no dia 01 de fevereiro de 2022, em face da sua classificação no certame em 3º lugar, nos seguintes termos, *in verbis*:

### “3. DOS FATOS

No dia 05 de janeiro de 2022, deu-se início à primeira sessão pública referente a Concorrência nº 3/2021-001 GABIN cujo objeto é a contratação de agência de publicidade.

Apresentaram propostas no processo as seguintes empresas interessadas:

1. IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA
2. GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA
3. AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI
4. D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI;

Após a entrega dos envelopes de 01 à 04, foram separados os envelopes 02 e 04, realizada a abertura e rubricas nos conteúdos dos envelope 1 e 3 pelas referidas empresas e CPL, encerrou-se a sessão e, posteriormente, os envelopes 01 e 03 foram enviados à subcomissão técnica para as respectivas análises e atribuições das notas técnicas.



Em seguida, a subcomissão técnica procedeu com o julgamento e proferiu as notas de todas as licitantes, remetendo à Comissão Permanente de Licitação o resultado do julgamento dos Invólucros 01 e 03.

No dia 24 de janeiro de 2022, ocorreu a segunda sessão pública para cotejamento e identificação da autoria dos Planos de Comunicação Publicitária e divulgação das notas das empresas referente aos Invólucros 01 e 03, obtendo o seguinte resultado:

Nota obtida no **Invólucro 01:**

Campanhas	Pontuação
"Parauapebas surpreendente! Um Brasil como você	62,59
"Parauapebas tem tudo o que todo mundo quer"	58,33
"Parauapebas, tesouro da Amazônia!"	57,86
"Vem que vem, vem que Parauapebas tem. Parauapebas te espera! "	56,43

Nota obtida no **Invólucro 03.**

Licitantes	Pontuação
GAMMA COMUN ICAÇÃO LTDA	34,55
IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA	32,42
AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI	31,10
D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI	28,95

Resultando na **nota final e na seguinte classificação:**

Campanhas por Licitantes	Pontuação
IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA "Parauapebas surpreendente! Um Brasil como voce nunca viu"	95,01
GAMMA COMUNICAC O LIDA "Parauapebas tem tudo o que todo mundo quer"	92,88
AGENCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI "Parauapebas, tesouro da Amazônia"	88,96
D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI "Vem que vem, vem que Parauapebas tem. Parauapebas te espera"	85,38

Data máxima vênua, o resultado e notas proferidas apresentam incoerências e afrontam os critérios de julgamentos definidos no instrumento convocatório e sendo este regra vinculante para todos licitante e também para a Administração, tal julgamento



deve ser reformado com base na argumentação apresentada a seguir, resguardando assim os princípios do julgamento objetivo, da legalidade e da isonomia

**4. DO JULGAMENTO PROFERIDO —  
ENVELOPE 01 CAMPANHA  
"PARAUPEBAS, TESOURO DA  
AMAZÔNIA" AUTORIA: AGÊNCIA  
DIGITAL CARAJAS (recorrente)**

Preliminarmente, vale ressaltar que a Subcomissão Técnica deve analisar e julgar as Propostas Técnicas (Envelope 01 e Envelope 03) conforme edital em seu item 10 — Julgamento das Propostas Técnicas, mais especificamente no subitem 10.2 que prevê os critérios de julgamento, onde é definido os atributos e pontuação máxima de cada quesito e subquesito.

Com base no subitem 10.2 do Edital, apontaremos as falhas e incoerências na pontuação proferida para a campanha da recorrente, uma vez que é dever da Administração zelar pelo princípio do julgamento objetivo, sendo o instrumento convocatório regra vinculante e, portanto, deve ser respeitado e seguido.

A recorrente obteve a pontuação de 57,86 em seu Plano de Comunicação Publicitária, conforme consta no quadro a seguir, retirado a Ata da segunda Sessão:

	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Soma	Média
Raciocínio Básico	8,80	8,70	8,90	26,40	8,80
Estratégia de Com. Publicidade	13,15	13,20	13,25	39,60	13,20
Ideia Criativa	27,50	27,25	27,25	82,00	27,33
Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,50	8,50	8,60	25,60	8,53
			Soma 173,60		57,86

A recorrente discorda da pontuação de sua Campanha: Parauapebas, tesouro da Amazônia, e, **por motivos e critérios objetivos, demonstraremos as falhas no julgamento, devendo o mesmo ser revisto:**

**4.1** O primeiro quesito avaliado foi o RACIOCÍNIO BÁSICO, que obteve a nota de 8,80 dos 10 pontos possíveis.

Abaixo, segue a justificativa da Subcomissão Técnica para a retirada de 1,20 pontos do quesito:

JUSTIFICATIVAS (...)

A subcomissão técnica, aponta como única justificativa para retirada de 1,2 ponto do quesito raciocínio básico a carência de referência quando falamos de necessidade de comunicação, **como é o caso de levantamento de metas a serem alcançadas.**

**Ocorre que, tal atributo de julgamento se enquadra na Estratégia de Comunicação e não no Raciocínio Básico, conforme pode ser verificado no item 10.2 do Edital, subitem 10.2.1.2, alínea t.**

**"10.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA =15 PONTOS**

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação

*[Handwritten signatures]*



da Prefeitura Municipal de Parauapebas e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação = 3 PONTOS

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos = 2 PONTOS

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos = 2 PONTOS

d) A adequação e a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas = 3 PONTOS

e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta = 2 PONTOS

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Parauapebas, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível = 3 PONTOS" Grifo nosso!

É cristalino que a justificativa para retirada da nota no quesito Raciocínio Básico é um erro e deve ser corrigido em tempo, sem maiores prejuízos para esta licitante e para o processo licitatório.

A Subcomissão Técnica não é maior que o edital, também está sujeita as regras do instrumento convocatório e tem o dever de fazer cumpri-las. Para não restar dúvidas, segue abaixo os critérios de julgamento e pontuação máxima prevista para o Quesito, Subquesitos e Atributos do Raciocínio Básico:

"10.2.1.1. Raciocínio BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSA 0=10 PONTOS

a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Parauapebas nos contextos social, político e econômico = 1,5 PONTOS

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos = 1 PONTO

c) das características da Prefeitura Municipal de Parauapebas e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária = 1,5 PONTOS

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação = 1 PONTO

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Parauapebas = 2,5 PONTOS

f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s) = 2,5 PONTOS"

Como podemos ver, não consta entre os critérios e atributos de julgamento do Raciocínio Básico a análise dos resultados e metas a serem alcançadas, sendo este um critério da Estratégia de Comunicação.

Ainda no que diz respeito a justificativa da Subcomissão Técnica para retirada de nota do Raciocínio Básico da recorrente, as necessidades de comunicação e levantamento de metas, apresentaremos a seguir alguns trechos de nossa Proposta que contempla tais critérios e atributos, adequados e previsto no edital.

(...)

Conforme amplamente demonstrado, fica comprovado que o Raciocínio Básico da recorrente cumpriu plenamente as exigências do edital, apresentando os objetivos e desafios com base nas necessidades de comunicação.

Inclusive, comparado com a melhor proposta pontuada no processo, não deixou nada a desejar, sendo inclusive mais completa, porém, isso não se refletiu na nota:

Raciocínio Básico:

(recorrente) Parauapebas, tesouro da Amazônia: 8,80 pontos

(primeira colocada) Parauapebas surpreendente: 9,56 pontos

A justificativa da Subcomissão Técnica para atribuir a nota neste quesito para a campanha



melhor pontuada:

Raciocínio Básico: nota 9,56

(...)

Nitidamente a Subcomissão Técnica avaliou e pontuou os desafios de fazer Parauapebas ser conhecida nacionalmente, com metas e públicos a serem alcançados.

Em um breve comparativo, o Raciocínio Básico da recorrente também contempla em seus objetivos tornar Parauapebas conhecida nacionalmente, buscando turistas em nível nacional, com a campanha sendo veiculada também no Multishow, programa "Vai Pra Onde?", que tem como objetivo divulgar destinos turísticos, apresentado por Bruno de Luca, entre outras ações.

E ainda adequando a mensagem para os públicos segmentados, conforme definido no briefing, como é o caso da busca de novos investidores, com a campanha sendo veiculada também no Rio de Janeiro.

**Portanto, não pode haver dois pesos e duas medidas, o Raciocínio Básico da recorrente deve ser pontuado ao máximo (10 pontos) ou no mínimo que ocorra uma equiparação de nota com a campanha da IVO (Parauapebas surpreendente: 9,56 pontos).**

Somente assim, o processo licitatório estará resguardado, zelando pelo julgamento objetivo, legalidade e tratamento igualitário em iguais condições entre os licitantes.

**4.2** O segundo quesito avaliado foi a **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**, que obteve a nota de 13,20 dos 15 pontos possíveis.

Abaixo, segue a justificativa da Subcomissão Técnica para a retirada de 1,80 pontos do quesito:

(...) A subcomissão técnica alega que se faz necessário explicar com mais propriedade a estratégia da campanha em alcançar os públicos propostos e como será executado este plano e que ao citar o público externo e interno se faz de forma inconsistente.

**MAS em nenhum momento foi apontado QUAL PARTE DA ESTRATÉGIA NECESSITA DE EXPLICAÇÃO COM MAIS PROPRIEDADE E TAMPOUCO QUAL PARTE DO PÚBLICO INTERNO E EXTERNO ENCONTRA-SE INCONSISTENTE.**

Mesmo com a falta do critério de julgamento objetivo em não indicar onde encontra-se o erro na proposta e atrelar ao critério e atributo de julgamento previsto no item 10.2, apresentaremos a seguir com base em nossa proposta, que diferentemente da justificativa apresenta, nossa campanha apresenta todos os elementos questionados.

Desde a primeira página da estratégia de comunicação é definido os 5 (cinco) eixos da estratégia e em seguida detalhado cada um deles, estabelecendo o público e evidenciando como será executado. Vejamos:

(...) A campanha busca novas formas inovadoras de comunicação, não apenas com impulsionamentos e estratégias com influenciadores digitais, mas também com a criação de um robô para auto atendimento em novo canal de WhatsApp da Prefeitura.

Resta claro que a recorrente cumpriu plenamente as exigências do edital, apresentando com propriedade a estratégia da campanha em alcançar os públicos propostos e a forma que será executado tal plano.

Além disso, conforme demonstrado neste recurso, os trechos transcritos da Estratégia de Comunicação comprovam de forma consistente a definição do público interno e externo, com a mensagem adequada para cada e intrinsecamente o resultado que visa alcançar.

Inclusive, comparado com a melhor proposta pontuada no processo, não deixou nada a desejar, sendo inclusive mais completa, com maior riqueza de desdobramentos e melhor utilização da verba com um volume de publicidade muito maior, porém, isso não se refletiu na nota:



#### Estratégia de Comunicação:

(recorrente) Parauapebas, tesouro da Amazônia: 13,20 pontos

(primeira colocada) Parauapebas surpreendente: 14,73 pontos

A justificativa da Subcomissão Técnica para atribuir a nota neste quesito para a campanha melhor pontuada:

(...) Somente assim, o processo licitatório estará resguardado, zelando pelo julgamento objetivo, legalidade e tratamento igualitário em iguais condições entre os licitantes.

**4.3** O terceiro quesito avaliado foi a IDEIA CRIATIVA, que obteve a nota de 27,33 dos 30 pontos possíveis.

Abaixo, segue a justificativa da Subcomissão Técnica para a retirada de 2,67 pontos do quesito:

(...) Nossa campanha foi a mais completa, dedicando maior espaço para divulgação institucional dos trabalhos realizados pela Prefeitura, bem como para os demais objetivos da comunicação, de forma criativa e rentável, fazendo melhor uso de recursos próprios, o que proporcionou grande volume de publicidade dentro a exequibilidade.

O julgamento proferido necessita de revisão, pois não levou em consideração o atendimento à esse objetivo de comunicação. A campanha da recorrente cumpriu plenamente os requisitos do instrumento convocatório, e, conforme amplamente demonstrado não deve prosperar as justificativas da subcomissão técnica para retirada de pontos no quesito ideia Criativa.

Inclusive, comparado com a melhor proposta pontuada no processo, **constata-se inúmeras incoerências, pois não foram apontadas falhas evidentes da campanha, como por exemplo o desatendimento em parte do objetivo de comunicação, onde não foram reservadas pegadas na ideia criativa para o trabalho realizado pela Prefeitura na estruturação da cidade.**

(...)

A justificativa alega que a proposta está adequada com o briefing e as peças estão compatíveis com o público, **mas é nítido em sua campanha, que existem falhas como essa levantada pela recorrente**, que por sua vez, recebeu a pontuação de 27,33 pontos (Parauapebas, tesouro da Amazônia).

**O julgamento não levou em consideração os pontos positivos da campanha da recorrente em relação a campanha melhor pontuada no processo, sendo uma afronta aos critérios e atributos de julgamento definido no instrumento convocatório.**

(...) Portanto, seguindo os critérios de julgamento objetivo previsto no edital, **a Ideia Criativa da recorrente deve ser pontuada ao máximo (30 pontos) ou que seja a melhor pontuada no processo, acima da pontuação obtida pela IVO (Parauapebas surpreendente: 28,60 pontos)**, pois conforme demonstrado a mesma possui falhas não consideradas no processo e a Ideia Criativa da recorrente possui pontos positivos que não foram considerados.

**4.4** O quarto quesito avaliado foi a ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, que obteve a nota de 8,53 dos 10 pontos possíveis.

Abaixo, segue a justificativa da Subcomissão Técnica para a retirada de 1,47 pontos do quesito:

(...)Portanto, resta claro que **os argumentos apresentados na justificativa para retirada de nota não deve prosperar**, uma vez que a Estratégia de Mídia e Não Mídia foi baseada em estudos e análises específicos do público externo como turistas e investidores, com a devida parametrização de alcance e forma de consumo desses produtos.

**Inclusive, comparado com as duas melhores propostas pontuadas no processo,**



**identificamos falhas em ambas**, que por sua vez não estavam presentes em nossa Estratégia de Mídia e Não Mídia, **como por exemplo, descumprimento de regras previstas no edital quanto às informações mínimas que deveriam constar no plano de simulação:**

(...) No caso da campanha da GAMMA, o **plano de simulação não tem nenhuma informação do material e peças de NÃO MÍDIA**, sejam suas quantidades ou seus valores de produção, descumprindo o item 9.3.4.2 do edital, alíneas "e" e "r, uma vez que o item define que deverá conter pelo menos, portanto, uma informação obrigatória.

A campanha da GAMMA prevê no texto da Estratégia que haverá diversas peças não mídia para redes sociais e sites próprios, o que evidencia a necessidade de apresentar essas quantidades na simulação, porém, não o fez.

Já a campanha da IVO **não indicou todos os veículos de comunicação, se limitando a indicar apenas os meios**, descumprindo a exigência prevista no edital, item 9.3.4.2. E ainda não apresentou valores de todos os veículos de comunicação, descumprindo a exigência prevista no edital, item 9.4.3.2, alínea "c"

Por essas e outras inconsistências apresentadas nas melhores campanhas pontuadas, **a nota da recorrente deve ser revisada buscando uma equiparação, passando de 8,53 pontos para 9,70 pontos.**

Somente assim, o processo licitatório estará resguardado, zelando pelo julgamento objetivo, legalidade e tratamento igualitário em iguais condições entre os licitantes.

## **5. DO JULGAMENTO PROFERIDO — ENVELOPE 01 CAMPANHA "PARAUAPEBAS, TEM TUDO O QUE TODO MUNDO QUER" AUTORIA: GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA**

Tal quesito foi o segundo melhor pontuado no processo e ainda na justificativa de pontuação, a Subcomissão Técnica alega que a proposta da campanha atende aos objetivos apresentados.

(...) Devendo portanto a nota ser revisada, diminuindo a pontuação proferida, com base no julgamento objetivo, uma vez que tal falha impacta em pelo menos 3 (três) critérios e atributos de avaliação definidos no item 10.2.1.2 do edital:

(...) Diante dessas inconsistências a nota deve ser revisada, diminuindo a pontuação proferida, com base no julgamento objetivo, uma vez que tal falha impacta em pelo menos 2 (dois) critérios e atributos de avaliação definidos no item 10.2.1.2 do edital (...)

### **5.2 Da necessidade de revisão do julgamento referente ao quesito Ideia Criativa**

Tal quesito foi estranhamente muito bem pontuado no processo e ainda na justificativa de pontuação, a Subcomissão Técnica afirma que houve apresentação dos itens exigidos no edital.

#### **Ideia Criativa: nota 27,20**

(...) Uma campanha publicitária é interligada entre seus quesitos, por isso geralmente quando existe um erro na estratégia de comunicação ele também reflete na ideia criativa e assim ocorreu.

A nota deve ser revisada, diminuindo a pontuação proferida, com base no julgamento objetivo, uma vez que tal falha impacta em pelo menos 2 (dois) critérios e atributos de avaliação definidos no item 10.2.1.3 do edital:

(...) **Logo, com base no princípio da isonomia e vinculação ao instrumento convocatório**, a campanha "PARAUAPEBAS, TEM TUDO O QUE TODO MUNDO QUER" **deve ser desclassificada por descumprir a regra do edital prevista no item 9.3.3, alínea "a"**, uma vez que não foram apresentadas todas as peças na campanha na



relação da ideia criativa, conforme demonstrado anteriormente.

(...)

### 5.3 Da necessidade de revisão do julgamento referente ao quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia

Tal quesito foi o segundo melhor pontuado no processo e ainda na justificativa de pontuação, a Subcomissão Técnica alega que a licitante atendeu aos requisitos do edital e distribuiu de forma adequada os recursos.

#### **Estratégia de mídia e não mídia: nota 9,00**

(...) Confrontado e comprovado, a **campanha descumpriu a exigência do edital prevista no item 9.3.4.1, por não constar na simulação de distribuição todas as peças listadas na relação da ideia criativa**, como por exemplo o **POST CARROSSEL — PEÇA 4 e Postagem no Twitter**, que se quer foi mencionado nos veículos.

E as irregularidades não param por aí. Ainda na planilha de simulação do plano de distribuição: (...)

Diante disso, **com base no princípio da isonomia e vinculação ao instrumento convocatório**, a campanha deve ser desclassificada por **descumprir exigências do edital previstas no item 9.3.4.2.**

Devendo a Administração fazer valer as regras previstas no instrumento convocatório, pois nem a Subcomissão Técnica é maior que a Lei, **sendo a Lei o edital, a proposta técnica da Agência GAMMA deverá ser desclassificada por não atender as exigências do edital.** (...)

## **6. DO JULGAMENTO — PROFERIDO — ENVELOPE 03 GAMMA**

Em análise ao envelope 03 da Agência Gamma, apresentamos a seguir inconsistências e falhas que corroboram com os motivos de revisão do julgamento. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

### **B) CURRÍCULOS:**

O subitem 9.6, alínea b, diz que deverá ser apresentado os currículos resumidos com, no mínimo, as seguintes informações: nome, formação e experiência.

Ainda a respectiva alínea diz que os currículos deverão discriminar as áreas de: estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

Vide: (...)

Ocorre que, com exceção dos currículos dos profissionais Herycles (Criação), Kalebe Keoma (Produção RTVC), Eda Marinho (Mídia) e Rosi Vilhena (Produção Gráfica), nenhum outro currículo discriminou corretamente a área de atuação e com isso a capacidade de análise e avaliação pela subcomissão técnica ficou prejudicada, pois tais documentos fugiram totalmente do padrão que o edital exige.

Sendo assim, indagamos: em qual área, por exemplo, poderia-se encaixar o Alex Klautau (Executivo de Contas)? Seria atendimento ou Planejamento? Ou então, onde encaixaríamos a área de atuação do profissional Marcus Pereira (relações corporativas) ou do Gabriel Carvalho (Mídias Digitais)? A final, o que seria relações corporativas na visão da empresa Gamma? O Gabriel Carvalho estaria enquadrado como mídia ou como internet?

Essas indagações servem para exemplificar como a falta de obediência ao edital prejudica a avaliação do julgador.

Sendo assim, de forma objetiva a recorrida comprovou a apresentação dos currículos apenas das áreas de criação, produção (rádio, tv e cinema), mídia e produção gráfica, faltando discriminar as áreas de estudo e planejamento, internet e atendimento.

Além deste erro, a empresa Gamma também cometeu a falha de não escrever a experiência de cada profissional como determina o instrumento convocatório

*Assinatura*



(...)

Diante do exposto, conclui-se que a empresa Gamma foi infeliz em relação a obediência ao edital e a forma de apresentação de seus currículos.

Sendo assim, solicitamos que seja reavaliada as notas no que diz respeito ao peso que os currículos possam ter dado à nota no subquesto da Capacidade de atendimento.

#### **REPERTÓRIO:**

O subitem 9.8.1.1 do edital exigiu que as peças eletrônicas deveriam ser fornecidas em DVD ou CD.

Porém, a empresa Gamma não apresentou o CD/DVD com o VT de 30".

Além desta falha, a recorrida também não apresentou as informações básicas solicitadas nas fichas técnicas das peças por ela apresentada conforme determina o edital. Vide:

(...)

Sendo assim, ao analisar as fichas técnicas das peças apresentadas, podemos concluir que não foram apresentadas a identificações da licitante, os clientes e os títulos das peças.

Vale ressaltar que, mesmo que alguma dessas informações tenham sido apresentadas nos textos, ainda sim a recorrida não cumpriu o subitem 9.8.2 do edital onde essa consolidação de informações é de suma importância para auxiliar na avaliação dos julgadores, além de que não é justo e nem isonômico que outras empresas cumpram 5 risca ao instrumento convocatório e a outra empresa não.

Diante o exposto, levando-se em conta o descumprimento dos itens 9.8.1.1 e 9.8.2 do edital, solicitamos que a peça nº 01 do repertório da empresa Cannes seja aleijada do processo por não ter sido apresentada em formato compatível com as exigências do edital, bem como a redução das notas das demais peças considerando as falhas supramencionadas em relação as fichas técnicas, a fim de se preservar a isonomia entre os licitantes.

#### **7. DO JULGAMENTO PROFERIDO — ENVELOPE 01 - CAMPANHA**

**"Parauapebas surpreendente! Um Brasil como você nunca viu"**

**AUTORIA: IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA**

A campanha **"Parauapebas surpreendente! Um Brasil como você nunca viu!"** foi a melhor pontuada no processo, porem, contém algumas inconsistências que não foram consideradas no julgamento.

Na primeira parte deste recurso, apresentamos grande parte dessas inconsistências como um comparativo a nossa campanha (Parauapebas, tesouro da Amazônia), com o pleito de equiparação de notas atribuídas

Além disso, destacamos outros pontos de discordância do julgamento: (...)

##### **7.1 Da necessidade de revisão do julgamento referente ao quesito Ideia Criativa**

Tal quesito obteve a maior pontuação no processo com a justificativa de pontuação da Subcomissão Técnica afirmando que a proposta está adequada com o briefing e as peças estão compatíveis com os públicos.

Ideia Criativa: nota 28,60.

(...) O erro presente na Ideia Criativa, que vem desde a concepção da estratégia de comunicação. Conhecendo a Prefeitura e seu público, é nítido **a necessidade de uma abordagem direta, com a mensagem clara sobre o trabalho que a prefeitura vem realizando na estruturação da cidade**, seja obras, educação, segurança, busca de parcerias, tudo que é feito tornando a cidade apta a receber turistas.

E ainda, o retorno positivo para a sociedade do investimento e fomento ao turismo, trazendo geração de empregos e desenvolvimento.

Devendo, portanto, a nota ser revisada, diminuindo a pontuação proferida, com base no julgamento objetivo, uma vez que tal erro impacta em pelo menos 3 (três) critérios e

*Handwritten signature and initials*



**CLC**  
Central de  
Licitações  
e Contratos



atributos de avaliação definidos no item 10.2.1.3 do edital:

(...)

Portanto, com base no item 10.4 do edital, a proposta técnica da Agência DMR deverá ser desclassificada por não atender as exigências do edital.

### 9. CONCLUSÃO

É notório que a Constituição Federal Brasileira de 1988 determina que a Administração Pública deva obedecer aos Princípios da Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência (cf. art. 37, caput).

Assim, para que haja o perfeito equilíbrio, compromisso e segurança jurídica deve ser garantida a observância dos princípios supracitados, além da isonomia, da concorrência e da vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo, previstos expressamente na Lei nº. 8.666/1993, aplicada subsidiariamente ao certame em questão.

### (...) 10. DOS PEDIDOS

**1. Como pode-se observar de todo o exposto, sobejam razões para a procedência total do nosso recurso**

**02. Assim, aguarda e requer a Recorrente, que seja:**

**a. Desclassificada a proposta técnica da Agência GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA, pelos descumprimentos aos itens do edital, conforme já explanado e determinado pelo item 10.4 do edital.**

**b. Desclassificada a proposta técnica da D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, pelos descumprimentos aos itens do edital, conforme já explanado e determinado pelo item 10.4 do edital.**

c. Revisada as pontuações atribuídas à campanha da recorrente, elevando sua pontuação conforme os critérios e atributos definidos no item 10.2 do edital.

d. Revisada as pontuações atribuídas à campanha da IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, diminuindo sua pontuação conforme os critérios e atributos definidos no item 10.2 do edital.

e. E, não sendo esse o entendimento, requer seja o presente enviado à autoridade superior, devidamente instruído.” (Grifamos).

Quanto à apresentação de contrarrazões recursais, as Empresas D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, no dia 08 de fevereiro de 2022, IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, no dia 09 de fevereiro de 2022, e GAMMA COMUNICAÇÕES LTDA, no dia 09 de fevereiro de 2022, apresentaram contrarrazões ao presente recurso, nos seguintes termos:

Empresa D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, *in verbis*:

### **(...) 3. DAS RAZÕES PARA MANUTENÇÃO DA DECISÃO CLASSIFICOU A IMPUGNANTE**

Conforme narrado alhures, a Recorrente se insurgiu contra decisão da Comissão de Licitação que considerou a Impugnante classificada.

Para sustentar as alegações recursais, a Recorrente defende que a Impugnante incorreu em descumprimento das regras de formatação do envelope 01, por, supostamente, não ter sido apresentada capa em branco, espaçamento simples entre as linhas e por não ter apresentado gráficos e tabelas em tons de cinza, na forma determinada nos itens 9.2, "i", 9.2, "e", 9.2.1 e 9.2.3, do Edital.

A bem da verdade a Recorrente utiliza do expediente recursal para lançar argumentações infundadas e tentar impingir sobre o ente licitante dúvidas acerca do fiel cumprimento, pela Impugnante, das previsões contidas no instrumento convocatório.

*Assinatura*



Assim, as alegações da Recorrente não a socorrem e consistem, verdadeiramente, numa aventura jurídica perpetrada no sentido de reverter a acertada decisão tomada pela Comissão de Licitação, que se deu em estrita conformidade com o instrumento convocatório.

A situação fática, portanto, evidencia uma verdadeira desatenção da Recorrente para com as exigências e regras estabelecidas no instrumento convocatório; e, pelo seu fiel atendimento por parte da ora Impugnante.

Dito isto, não restam dúvidas que a decisão adotada pela douta Comissão de Licitação está completamente fundada nas previsões insculpidas no instrumento convocatório e admitir a sua revisão seria violar os princípios que regem os atos da administração pública para beneficiar um dos licitantes em detrimento daquele que atendeu integralmente as regras editalícias.

Assim, evidentemente que a tese aventada pela Recorrente visa, tão somente, legitimar a sua desatenção quanto à análise dos documentos que estão inseridos no plano de comunicação apresentado pela Impugnante, tornar sem efeito as expressas previsões contidas no instrumento convocatório, bem como desqualificar a acertada decisão tomada por esta douta Comissão de Licitação e induzi-la a erro.

Face ao exposto, não restam dúvidas de que foi acertada a decisão proferida por esta Comissão de Licitação no que concerne à análise do plano de comunicação da Impugnante, eis que em total consonância com a legislação de regência e com as previsões contidas no instrumento convocatório.

#### **4. DA IMPOSSIBILIDADE DE REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS À RECORRENTE**

Para além das alegações suscitadas pela Recorrente relacionadas no tópico acima, tratou a Recorrente de se insurgir também contra a pontuação que fora atribuída ao Plano de Comunicação apresentado.

Entretanto, consoante será demonstrado nos tópicos abaixo, a decisão adotada por esta douta Comissão de Licitação efetivamente merece reparos, mas para reajustar para menos a pontuação atribuída à Recorrente, se não se entender pela sua desclassificação, consoante requerido pela ora impugnante nas razões de recurso oportunamente apresentadas

##### **4.1. Da pontuação atribuída ao quesito raciocínio Básico**

Defende a Recorrente não ter andado bem a Subcomissão Técnica de Licitação ao descontar 1,2 pontos do quesito raciocínio básico, cuja justificativa apontada fora: "*Alguns pontos carecem de referência quando falamos da necessidade de comunicação publicitária, como é o caso de levantamento de metas a serem alcançadas*".

Defende a Recorrente que o atributo de julgamento "metas a serem alcançadas" se enquadra no quesito Estratégia de Comunicação, consoante subitem 10.2.1.2, "f", do Edital.

Nota-se, todavia, que fora previsto no item 10.2.1.1

(...)

Dito isto, Dito isto, tem-se que apesar de ser nulo todo o processo licitatório em razão da ilegalidade, violação da competitividade, da isonomia e da moralidade administrativa, assim como o julgamento das propostas técnicas por inobservância aos expressos comandos normativos insertos no art. 11, §4º, III, IV, V e VI, da Lei 12.232/2010, no que concerne individualização das justificativas dos quesitos e subquesitos avaliados, está correta a pontuação atribuída à Recorrente, por não ter demonstrado o atendimento do item 10.2.1.1, "f", do Edital.

##### **4.2. Da pontuação atribuída ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária**

Impugna a Recorrente a pontuação que lhe fora atribuída ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, tendo em vista que atingiu pontuação de 13,20, dos 15,00 pontos possíveis.



PREFEITURA DE  
**PARAUPEBAS**  
Aqui tem força. Aqui tem trabalho

**CLC**  
Central de  
Licitações  
e Contratos



#### 4.3. Da pontuação atribuída ao quesito Ideia Criativa

Insurge-se a Recorrente contra a pontuação que lhe fora atribuída ao quesito Ideia Criativa, arguindo ter havido discrepância e falta de critério objetivo no julgamento das Propostas Técnicas apresentadas.

(...) 4.4. Da pontuação atribuída ao quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia

Insurge-se a Recorrente, por fim, quanto à pontuação atribuída ao quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, defendendo que atendeu a todos os atributos previstos no item 10.2.1.4, do Edital.

Melhor sorte não assiste a Recorrente, haja vista que a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada, em verdade, foi pontuada para além do que deveria.

Desta forma, é sim incongruente a pontuação atribuída à Recorrente, ao passo que uma vez reconhecido o não atendimento aos subquesitos 10.2.1.4, "a", 10.2.1.4, "c" e 10.2.1.4, "e", do Edital, o que, de acordo com a pontuação atribuída para cada um deles, implicaria em perda total de 6,00 pontos, como a própria Recorrente reconheceu em sua peça recursal ao pleitear a equiparação das notas com outras duas agências. Note:

(...) De mais a mais, a própria Subcomissão Técnica identificou que os preços praticados pela licitante estavam em desacordo com a tabela vigente à época da publicação do aviso de licitação. Desta forma, é o caso de desclassificação da proposta técnica da AGENCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI por violação ao item 9.3.4.3, "a" do Edital, de acordo a dicção do item 10.4, "a", do instrumento convocatório, sob pena de violação ao princípio da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação do edital.

(...)

Dessa forma, verifica-se que o Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela AGENCIA CARAJAS EIRELI desatendeu aos sobreditos itens insculpidos no edital, eis que não constou no resumo geral da simulação do plano de distribuição as quantidades de inserções das peças em veículos de mídia, na forma como determinada no item 9.3.4.2, "b", mas apenas o quantitativo geral de inserções de todas as peças em cada meio de divulgação. A título exemplificativo: (...)

**Evidente, portanto, que nao merecem guarida as alegações da Recorrente também neste ponto.**

#### **5. DA CONCLUSÃO E DO PEDIDO:**

**Diante do exposto, roga a Recorrida seja improvido o recurso impugnado na parte ora contrarrazoada, haja vista o total atendimento pela Impugnante das exigências contidas no Edital; e a manifesta improcedência das razões aventadas pela Recorrente para justificar o seu pleito de majoração da pontuação que lhe fora atribuída". (Grifamos).**

Empresa IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, *in verbis*:

**"(...) A empresa AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI. Interpôs recurso pedindo revisão da pontuação que lhe fora atribuída e que seja revisada as pontuações atribuídas à campanha da IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, diminuindo sua pontuação conforme os critérios e atributos definidos no item 10.2 do edital.**

**Desde já, a recorrida rechaça tais alegações, pois a sua proposta atendeu os requisitos do Edital, não existindo assim motivos para deferimento do pedido da Recorrente para haver redução de notas.**

Conforme estabelece o art. 11, § 4º, III, da Lei 12.232/2010, o julgamento das propostas técnicas é individualizado. Para sustentar suas alegações a recorrente pretendem um julgamento comparativo que sendo vedado pela lei e pelo edital não fora feito pela subcomissão técnica. Assim estabelece a lei: (...)



O comparativo pretendido pela Recorrente para reduzir as notas da Recorrida não pode ser admitido. Vale ressaltar que igualmente o argumento de a campanha da Recorrida é insuficiente porque não apresentou um número tão grande de peças é completamente frágil.

A campanha publicitária não se torna melhor porque prevê uma centena de peças, o que aliás, no exagero, pode ser prejudicial para mensagem que pretende divulgar. As peças propostas pela Recorrida são em número e proporção suficientes para a difusão e fixação da mensagem, atendendo, portanto, o previsto no edital e em sintonia com briefing.

A Recorrente, pelo que parece, quer que a forma e o conceito de sua campanha sirvam de régua para balizar as demais propostas. Isto não é possível. Primeiramente, como já referido, a análise é individualizada e de outra banda é que a proposta técnica da Recorrente não foi suficiente para que a subcomissão técnica em seu julgamento objetivo pudesse compreender que a mesma atendeu a todo o edital para ter uma nota maior.

A leitura das justificativas da subcomissão técnica evidencia as razões para que a pontuação da Recorrida fosse superior à da Recorrente. Neste ponto não existe motivo para que ocorra qualquer majoração de nota em favor da Recorrente e, muito menos, diminuição da pontuação recebida pela Recorrida.

A proposta da Recorrida estava adequadamente elaborada ao ponto de permitir que a Subcomissão Técnica pudesse avaliá-la.

#### **REQUERIMENTO**

**Diante do exposto, evidenciado que inexistem razões para a redução da pontuação da Recorrida IVO AMARAL PUBLICIDADE, requer que o recurso da AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI seja julgado totalmente IMPROCEDENTE pela total falta de fundamentação". (Grifamos).**

Empresa GAMMA COMUNICAÇÕES LTDA, *in verbis*:

“(…) PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO E/OU REDUÇÃO DE NOTAS DA GAMMA

Essa alegação de que existia possibilidade de identificação da Recorrida não tem qualquer pertinência. Primeiramente cumpre evidenciar o procedimento de análise e julgamento das propostas técnicas feito pela subcomissão técnica, de acordo com o que prescreve a lei 12.232/2010:

Art. 11 (...)

Então vejamos, a subcomissão julga isoladamente os envelopes 01 e 03. Igualmente não faz qualquer análise comparativa entre as propostas que são julgadas isoladamente licitante por licitante.

A Recorrente se apega a detalhes de individualização das propostas que não são suficientes, nem de longe, para gerar qualquer indicio de identificação. Logo, a referência ao número do processo administrativo desta concorrência no envelope 01 e no envelope 03, jamais serviu para identificar a proposta da Recorrida.

A procedimentalização das licitações, de regra, está vinculada ao formalismo de lei. Porém, o ato de julgar as propostas dos licitantes, se revestem, também, de bom senso e razoabilidade, significando isso ser formal sem ser formalista, não sobrepondo os meios aos fins.

Esse formalismo necessário e até imprescindível ao procedimento, é sim um valioso instrumento da igualdade e da moralidade na seriação dos atos administrativos, o que não se admite são decisões inúteis e rigorismos com a melhor exegese da Lei. Logo, o ato de julgar uma licitação, deve estar contido de razoabilidade, bom senso



e proporcionalidade, evitando o rigor formal que pode até estar a apontar um velado direcionamento do julgamento.

Vale dizer, nas palavras de Celso Antônio Bandeira de Mello que não serão apenas inconvenientes, mas também ilegítimas - e, portanto, jurisdicionalmente invalidáveis - as condutas desarrazoadas, bizarras, incoerentes ou praticadas com desconsideração às situações e circunstâncias que seriam atendidas por quem tivesse atributos normais de prudência, sensatez e disposição de acatamento às finalidades da lei. Assim, desaconselha-se o apego desmesurado à literalidade miúda do dispositivo - que se constitui no grau mais baixo da atividade interpretativa.

Marçal Justen Filho, in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 14ª edição, p. 642, assim se manifesta quanto a formalidade nas licitações:

(...) Os fins da conduta administrativa têm que ser dotados de razoabilidade e justiça e não necessariamente de rigor formalista tamanho e dispensável, pois a desrazão da conduta afasta-a da juridicidade obrigatória para a Administração Pública, sem falar na demora e postergação decorrentes que poderiam ser evitadas, no atendimento das reclamadas e urgentes demandas sociais e finalidades de interesse público - função e fim último do Estado.

Desta forma, persegue a Administração no Procedimento Licitatório a satisfação do interesse público, mediante escolha da proposta mais vantajosa, mas sem deixar de lado a necessária moralidade e o indispensável asseguramento da igualdade entre os participantes.

Se de fato o edital é a "lei interna" da licitação, deve-se abordá-lo frente ao caso concreto tal qual toda norma emanada do Poder Legislativo, interpretando-o à luz do bom senso e da razoabilidade, a fim de que seja alcançado o seu objetivo, nunca se esgotando na literalidade de suas prescrições.

(...)

Portanto, embora a lei n.º 8.666, artigo 48, inciso I, estabeleça que as propostas que não atendam as especificações contidas no ato convocatório da licitação devam ser desclassificadas, é evidente que aplicação desta norma tem que ser temperada pelo princípio da razoabilidade, sendo necessário ponderar os interesses existentes e evitar resultados que, a pretexto de tutelar o "interesse público" de cumprir o edital, produzam a eliminação de propostas vantajosas para os cofres públicos".

Diante de tais argumentos, devidamente embasados, percebe-se claramente que a numeração na proposta da recorrida estar no canto inferior direito quando deveria estar no esquerdo em nada afeta o conteúdo da proposta. Excluir a recorrida do certame por este singelo lapso significa única e exclusivamente apegar-se ao excesso e desnecessário formalismo.

#### DAS NOTAS ATRIBUÍDAS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

O julgamento da Subcomissão Técnica, guerreado pela Recorrente, obedeceu ao primordial princípio da legalidade e seguiu os parâmetros previstos no edital do certame e na lei 12.232/2010 e demais dispositivos aplicáveis subsidiariamente.

A Subcomissão Técnica diferentemente suscitado pela Recorrente julgou individualmente cada proposta e atribuiu as notas devidas obedecendo aos critérios objetivos previstos no edital do certame que, por sua vez, foram elaborados nos termos da lei 12.232/2010. Igualmente, se observa que as justificativas foram apresentadas e, sendo assim, não há nada que deva ser retocado no julgamento.

O que se verifica nos autos 6 que a Recorrente busca socorrer-se de suscitar dúvidas quanto ao julgamento da subcomissão técnica de maneira exacerbada e incabíveis para tentar desclassificar a Recorrida ou reduzir as notas que lhe foram atribuídas.



A Recorrida apresentou sua proposta técnica obedecendo os elementos previstos no edital de certame. A campanha apresentada possui conceito adequado e pertinente com o que fora pedido no briefing e, da mesma foram, as peças propostas guardam total pertinência com o conceito.

#### **REVISÃO DAS NOTAS DA RECORRENTE**

Quanto a revisão das notas da Recorrente entende a recorrida que as mesmas devem permanecer inalteradas.

#### **CONCLUSÃO**

Verificou-se que, após análise pontual de cada aspecto do recurso administrativo interposto, as razões dos recursos não provam a matéria fática jurídica da irresignação quanto aos elementos alegados.

#### **PEDIDO**

Diante do exposto, pugna a Peticionante pelo desprovidimento do recurso apresentado pela empresa AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI. (Grifamos).

É o breve relatório.

### **ANÁLISE DO RECURSO**

Insurge a ora recorrente, Agência Digital Carajás Eireli, contra a decisão que a classificou em 3º lugar no certame.

Em que pese os argumentos apresentados, esta Comissão de Licitação faz as seguintes considerações.

Com relação às razões apresentadas pela recorrente, temos a ata de análise dos recursos feita pela subcomissão técnica de julgamento, no dia 15 de fevereiro de 2022, composta pela Sra. Andréa Batista Reis, Sr. Felipe Almeida Borges e Sra. Suellen Cardoso da Silva Medeiros, senão vejamos:

“Ata de análise de recursos apresentados pelas Agências de Publicidade que participaram do processo licitatório 3/2021 – 001GABIN

Aos quatorze dias de fevereiro de dois mil e vinte dois, a subcomissão técnica do Processo Licitatório 3/2021 - 001GABIN, que trata sobre a contratação de duas agências de publicidade para a prestação de serviços especializados, recebeu da Comissão de Licitação a notificação sobre a necessidade de revisar as peças apresentadas pelas licitantes.

Tal necessidade deveu-se a apresentação de recursos administrativos das concorrentes D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, assim como as contrarrazões da Gamma Comunicação, Ivo Amaral Publicidade, D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás.

Os trabalhos de análises dos recursos se estendeu até o dia quinze de fevereiro do corrente ano.

#### **Seguem abaixo nossas considerações:**

- Em relação a suposta fraude apresentada pela recorrente D.M.R Publicidade e Propaganda (Mais Comunicação), que teria tido uma peça publicitária substituída durante o processo licitatório e que sua assinatura/rubrica teria sido falsificada, a subcomissão ficou surpresa com tal afirmação já que preza pela transparência e idoneidade de seus membros.



- Como previsto no ritual do Processo, nós recebemos da Comissão de Licitação os envelopes, denominados nº 1, devidamente lacrados e rubricados pelos representantes das agências concorrentes no dia 06/01/22. De 07 a 11/01, a subcomissão abriu e analisou individualmente as propostas contidas no envelope nº 1. Após cada análise, os mesmos foram lacrados novamente, não sendo possível comparar as rubricas existentes e/ou substituir peças de uma das concorrentes como foi alegado.

- Sobre a requisição da licitante Mais Comunicação de desclassificação e redução de pontos das concorrentes, entendemos que conforme análise técnica desta subcomissão nenhuma das agências licitantes deveria ser desclassificada pelos motivos apontados no recurso. De acordo com a nossa capacidade técnica, podemos constatar que todas as empresas tiveram erros, pelos quais perderam pontos durante esta etapa do processo, sempre considerando o julgamento dos itens propostos no edital.

- A respeito da solicitação da recorrente sobre a reavaliação de pontuação atribuída a ela no quesito capacidade de atendimento, informamos que diferente da análise comparativa apresentada pela licitante, avaliamos a proposta individualmente, ou seja, sem fazer comparações entre as agências.

Sobre o recurso apresentado pela Agência Digital Carajás que entende ser a empresa que apresentou a melhor proposta de atendimento no referido processo licitatório e solicita a revisão das notas emitidas por esta subcomissão ressaltamos:

- Toda a análise técnica realizada neste processo atende aos quesitos determinados no instrumento convocatório.

- Respeitamos a posição da recorrente Agência Digital Carajás quando defende sua proposta por entender que é a que melhor atende todos os requisitos da concorrência, no entanto esta subcomissão avaliou de forma objetiva os critérios e parâmetros fixados. Avaliação que foi elaborada relacionando cada um dos itens do edital, quando e identificou falhas já relatadas na análise técnica.

- No decorrer do recurso apresentado, a empresa manifesta sua indignação e avalia as campanhas das outras concorrentes, o que não cabe dentro do processo licitatório.

- **Mais uma vez, ressaltamos que a nossa avaliação não foi realizada com base em comparações entre as campanhas apresentadas pelas licitantes.**

**Analisando os recursos apresentados pela empresa D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, esta subcomissão decide manter a pontuação já registrada para todas as agências que participam da concorrência, pois não existem motivos para desclassificação e mudança de pontuação. Dito isso, manifestamos pelo desprovimento dos recursos na parte que compete a subcomissão.**

Sem nada mais a tratar, encerramos a reunião”. (Grifamos).

Com isso, temos que as referidas alegações da Recorrente não merecem prosperar, conforme trechos da análise técnica citada acima e os ditames do instrumento convocatório.

Nesse interim, importante salientar que a vinculação dos participantes aos exatos termos estipulados no Edital de Licitação é princípio fundamental do procedimento licitatório.

Sobre este ponto, cabe transcrever a lição do saudoso Mestre HELY LOPES MEIRELLES acerca do Edital, segundo o qual:



"A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital a forma e o modo de participação dos licitantes e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento se afastasse do estabelecido, ou admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu (art. 41)" ("in" "Direito Administrativo Brasileiro", Malheiros Editores, São Paulo, 29ª ed., 2004, p. 268)“.

Nesse sentido também é a jurisprudência dos tribunais superiores:

“5. O princípio da vinculação ao edital restringe o próprio ato administrativo às regras editalícias, impondo a inabilitação da empresa que descumpriu as exigências estabelecidas no ato convocatório.” (REsp 595079/RS, Rel. Min. Herman Benjamin, 2ª Turma, STJ, DOU 15/12/2009)“.

Desta forma, em obediência ao princípio da vinculação ao edital da licitação, bem como do tratamento isonômico dos licitantes, não se admite que por qualquer ato editado pela Administração, durante a fluência do certame, esta deixe de exigir o que foi inicialmente imposto ou passe a decretar ordens contrárias às previamente conhecidas dos licitantes.

E assim, estando amparada a atuação da Comissão Permanente de Licitação na legislação pertinente, inclusive subsidiada pelo relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, a qual lhe possibilita esse agir, não se pode permitir atuação diversa da adotada para tais situações. Logo, as alegações da Recorrente não merecem prosperar.

### DA CONCLUSÃO

Com base no exposto acima, a Comissão Permanente de Licitação firma convencimento no sentido de que, tal pleito **NÃO MERECE ACOLHIMENTO**, vez que a decisão está fulcrada nos princípios e normas que regem o procedimento licitatório brasileiro.

### DA DECISÃO

Pelo exposto, em respeito ao instrumento convocatório e em estrita observância aos demais princípios da Licitação, bem como amparada no relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, reconhecemos o recurso apresentado pela Empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, tendo em vista a sua tempestividade, para no **MÉRITO NEGAR-LHE PROVIMENTO**, mantendo as pontuações dadas pela subcomissão técnica de julgamento.

Desta forma, nada mais havendo a relatar submetemos à Autoridade Administrativa Superior para apreciação e decisão, tendo em vista o princípio do duplo grau de jurisdição e conforme preceitua o art. 109, § 4º da Lei 8.666/1993.



São os termos.

Parauapebas/PA, 24 de fevereiro de 2022.

**FABIANA DE SOUZA NASCIMENTO**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**PRESIDENTE**

**CLEBSON PONTES DE SOUZA**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**MEMBRO**

**DÉBORA DE ASSIS MACIEL**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**MEMBRO**



## DECISÃO DE RECURSO ADMINISTRATIVO CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

**Objeto:** Contratação de até duas (2) agências de publicidade para a prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará

**Assunto:** Recurso Administrativo

**Recorrente:** D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI

Versa o presente feito sobre processo de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob nº **3/2021-001GABIN**, que versa a contratação de até duas (2) agências de publicidade para a prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Na sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas constantes do processo citado acima pela Comissão de Licitação, às fls. 775/776, no dia 24 de janeiro de 2022, foi proferido o resultado das empresas classificadas no certame.

Diante do julgamento das propostas apresentadas, a Comissão de Licitação, concedeu o prazo de 05 (cinco) dias úteis, para que as empresas fizessem vistas dos autos, podendo, eventualmente, interpor recursos, pertinentes a essa fase.

Nesse sentido, a Empresa **D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, recorreu no dia 02 de fevereiro de 2022, em face da sua classificação no certame em 4º lugar, nos seguintes termos, *in verbis*:

**“DA NECESSÁRIA ANULAÇÃO DO PROCESSO LICITATÓRIO POR ILEGALIDADE, VIOLAÇÃO À MORALIDADE ADMINISTRATIVA E A COMPETITIVIDADE DO CERTAME**

Antes de adentrar ao mérito da decisão administrativa impugnada e tratar acerca das hipóteses de desclassificação das recorridas, assim como sobre a pontuação atribuída as suas propostas, é imperioso trazer ao conhecimento desta Comissão e da Autoridade Superior da Licitação a ocorrência de fraude no processo licitatório em voga que, indubitavelmente, macula todos os atos praticados em seu bojo e enseja o dever de anulação pela autoridade administrativa. Explica-se:

A representante da Recorrente, presente na "Sessão de Recebimento dos Envelopes e Abertura das Propostas Técnicas", conferiu e exarou vista no conteúdo dos envelopes n.º 01 (Plano de Comunicação — Via Não Identificada) e n.º 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação).



Na oportunidade, manifestou verbalmente à d. Comissão de Licitação a existência de elementos de identificação nos exemplos de peças e materiais integrantes do subquesto "Ideia Criativa" da campanha "Parauapebas, tesouro da Amazônia!".

Especificamente, continha na "Peça 2 — Layout Outdoor — Abertura (la Campanha", na "Peça 4 — Midia Aeroporto — Painel Led", na "Peça 5 — Anúncio Revista de Avido" a indicação do número do processo licitatório, em um local que não justificava a sua presença, máxime sem que tenha havido qualquer exigência legal ou no instrumento convocatório neste sentido.

De acordo com o que consta na ata da sessão pública acima referenciada, a d. Comissão impediu a consignação do fato manifestado pela Recorrente, entendendo se tratar de "manifestações aleatórias e suposições de possíveis identificações".

No entanto apesar de a d. Comissão ter entendido que a manifestação daquele momento não passava de mera suposição de Identificação de campanha, o fato é que a Recorrente constatou durante a Sessão de Apuração do Resultado Geral Propostas Técnicas ocorrida em 24/01/2022 haver indícios de falsificação de sua assinatura exatamente nas peças gráficas que indicou existir sinais de identificação da proponente.

Diante de tais indícios e da memória exata da existência de sinais de identificação em tais peças, a Recorrente solicitou a realização de perícia técnica grafoscópica, cujo parecer segue anexo, tendo a Perita concluído neste sentido: (...)

Tal fato, se ocorrido isoladamente, já seria capaz de macular todo o certame em razão da sua ilegalidade. Vale ressaltar, neste sentido, que o Superior Tribunal de Justiça recentemente editou o Enunciado de Súmula n.º 645, segundo o qual "o crime de fraude à licitação é formal, e sua consumação prescinde da comprovação do prejuízo ou da obtenção de vantagem".

Como se não bastasse, a falsificação da assinatura da representante da Recorrente se deu justamente por ocasião da troca das peças gráficas que anteriormente estavam identificadas, por outras iguais, mas sem o número do processo licitatório; justamente o sinal tido por esta Recorrente como suficiente para identificar a proposta técnica.

Não restam dúvidas, portanto, que os atos praticados no bojo do certame e aqui descritos, cuja autoria é desconhecida desta licitante, afrontam gravemente os princípios da legalidade, da moralidade e probidade administrativa e da competitividade do certame, estampados no art. 37 da Constituição Federal da República: (...)

Isto posto, diante da comprovada existência de vícios de legalidade no certame, violação à moralidade administrativa e à competitividade do certame, roga a Recorrente seja anulado o processo licitatório, sob pena de tolerância, pela administração, de ato manifestamente ilegal, além de acarretar a nulidade de eventual contrato a ser firmado por ocasião da presente concorrência, conforme norma contida no §1º, do art. 49, da Lei 8.666/93.

Por fim, considerando que a Recorrente não detém conhecimento acerca da autoria dos fatos aqui narrados, mas tão somente da sua materialidade, requer sejam encaminhados os autos do processo administrativo para o Ministério Público do Estado do Pará para a devida apuração da ocorrência de fato típico a ensejar sanções cíveis, administrativas, por improbidade e/ou criminais; requisitar diligências investigatórias ou instauração de inquérito policial; e propor as ações que entender cabíveis, a teor do que prevê o art. 129, I, II, III e VIII da Constituição Federal.

### 3. DA DECISÃO RECORRIDA

Na remota hipótese de não ser determinada a anulação do certame, o que se admite por amor ao debate, insurge-se a Recorrente contra a decisão administrativa que (...)

### 4. DO MÉRITO DO RECURSO ADMINISTRATIVO

#### 4.1. DA NULIDADE DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS. DESCUMPRIMENTO DA REGRA PREVISTA NO ART. 11, §4º, III, IV, V E VI, DA LEI 12.232/2010

De uma breve análise das atas de julgamento das propostas técnicas lavradas pela



Subcomissão Técnica, observa-se a falta de individualização da análise dos quesitos e subquesitos exigidos para o plano de comunicação, assim como aqueles subquesitos que foram objeto de pontuação nos quesitos capacidade de atendimento, repertório e relatos de solução de problemas de comunicação.

Este fato, além de afrontar expressos comandos normativos insertos no art. 11, § 4º, III, IV, V e VI, da Lei 12.232/2010, impede a análise exauriente pelas licitantes de eventuais causas de desclassificação dos seus concorrentes por obtenção de nota zero em quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 10.2.1.1 a 10.2.1.4 e 10.2.2 a 10.2.4 do instrumento convocatório, hipótese prevista no item 10.4, "c", do Edital.

Sendo assim, considerando que o processo licitatório deve observar os princípios da legalidade, da publicidade e do julgamento objetivo, conclui-se que a omissão da Subcomissão Técnica constitui irregularidade insanável, eis que viola expressa previsão legal e tolhe, manifestamente, o direito ao devido processo legal das licitantes.

Neste sentido é que caminha a jurisprudência pátria (...)

E o caso, portanto, de nulidade do julgamento técnico proferido por violação à expressa determinação legal e aos princípios norteadores da concorrência pública.

#### 4.2. IMPERIOSA DESCLASSIFICAÇÃO DA IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA.

##### 4.2.1. Violação ao sigilo da autoria do Plano de Comunicação.

Previu o Edital no item 9.2 (...)

A forma de apresentação do conteúdo expressamente estabelecida no instrumento convocatório visa garantir o sigilo das propostas técnicas e, assim, garantir a observância dos princípios básicos do processo licitatório, quais sejam a impessoalidade, a moralidade, a igualdade, a probidade administrativa e o julgamento objetivo das propostas.

No mesmo sentido é clara a dicção do art. 6, IX, da lei 12.232/2010, *ipsis litteris* (...)

Destarte, referida previsão no instrumento convocatório não se trata de mera formalidade, mas sim de cláusula essencial com vistas a garantir a isonomia entre os licitantes e a competitividade do certame, prestigiando o que prevê a legislação de regência.

Ora, se assim não fosse não haveria qualquer razão para que a administração tivesse assumido, por exemplo, a responsabilidade de padronizar e disponibilizar para os concorrentes envelopes não identificados com vistas a preservar a autoria da documentação apresentada, conforme exigido pelo instrumento convocatório.

Portanto, não há dúvidas que a avaliação técnica engloba sempre algum grau de subjetividade, por menor que seja, tomando ainda mais relevante o atendimento ao que prevê o instrumento convocatório para que se observe os princípios da imparcialidade, isonomia, moralidade e impessoalidade.

Neste sentido, tanto a Administração Pública como os interessados na Licitação estão submetidos à rigorosa observância dos termos e condições estabelecidos no Edital, que se toma lei entre as partes e é instrumento de validade dos atos praticados no procedimento licitatório.

(...) Como se não bastassem todos esses indícios, foi a IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA a licitante que auferiu a maior pontuação nos quesitos relacionados ao Plano de Comunicação Publicitária, tendo alcançado uma média de 62,59 pontos, de um total de 65,00 pontos para este item, conforme se depreende da ata de julgamento lavrada pela subcomissão técnica.

Pode-se concluir, portanto, que a IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA ao descumprir as expressas previsões editalícias e legais que tratam acerca da forma de apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, após elementos capazes de violar o sigilo da sua autoria. O mesmo é o raciocínio quanto à inclusão de ferramenta de comunicação restrita aos servidores municipais e não divulgada publicamente, tampouco prevista no instrumento convocatório.

Por tudo quanto exposto, é imperiosa a reforma da decisão recorrida para que seja desclassificada a IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA do certame em voga, conforme



previsão contida no art. 6º, XII e XIV, da Lei 12.232/2010, sob pena dessa administração incorrer em prática de ato ilegal ao permitir a violação ao princípio da vinculação do instrumento convocatório, ao julgamento objetivo das propostas técnicas, A moralidade administrativa, A impessoalidade e a isonomia.

(...) Desta feita, evidenciado está o desatendimento da IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA As previsões editalícias e ao que prevê a legislação de regência, sendo, portanto, necessária a sua desclassificação por desatendimento à exigência contida nos itens acima discriminados, conforme expressa dicção do item 10.4, "a", do instrumento convocatório. A IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, por sua vez, ao prever o início da campanha em 01/04/2021 e o seu término em 30/06/2021, conforme espelhos de cobertura colacionados as fls. 39/40 do Plano de Comunicação, extrapolou o limite de 90 dias estipulado para a duração da campanha.

Desta feita, evidenciado está o desatendimento da IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA As previsões editalícias e ao que prevê a legislação de regência, sendo, portanto, necessária a sua desclassificação por desatendimento à exigência contida no briefing, conforme expressa dicção do item 10.4, "a", do instrumento convocatório.

A IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA também desatendeu ao orçamento total previsto para a campanha. Isto porque, consoante se verifica no resumo geral apresentado pela licitante, o valor total da sua campanha alcançou a monta de R\$ 499.732,00.

Todavia, em uma breve análise dos dados ali consignados é possível verificar a desconformidade do custo de produção de Spot 30" com aquele previsto na tabela que acompanhou o Edital, tendo sido previsto o custo de R\$ 450,00, quando o valor da tabela vigente era de R\$ 1.820,00.

Não obstante a diferença de R\$ 1.370,00 já seja suficiente para ultrapassar o orçamento previsto para a campanha, vê-se, ainda, como tratado no tópico 4.2.2 supra, que a licitante não previu o custo de produção da ferramenta de comunicação "BIS", que integrou o seu Plano de Comunicação

A desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, se justifica, na medida em que, por se tratar o Plano de Comunicação Publicitária de requisito para a demonstração de técnica, é possível verificar que a empresa, com maiores recursos, pode oferecer mais planos de serviços de publicidade, uma vez que dispôs de um "orçamento" maior.

#### **4.4. DA IMPERIOSA DESCLASSIFICAÇÃO DA AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI. DESCUMPRIMENTO DE ITENS DO EDITAL.**

##### **4.4.1. Da extrapolação do prazo definido para a campanha e inobservância ao período estipulado.**

Fora previsto no briefing que integrou o Edital do certame que a campanha deveria ter duração de até 90 (noventa) dias, podendo ser dividida em fases, conforme estratégia de comunicação a ser implementada, durante o período de abril a junho/2021.

A AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI, por sua vez, previu a realização da campanha entre os dias 01/04 a 30/06, conforme se extrai do resumo contendo quantitativo de peças a serem veiculadas, conformando, portanto, 91 (noventa e um dias). Veja (...) Assim, a ausência de flexibilização ao cumprimento das exigências previstas no ato convocatório, no caso concreto, está longe de se configurar formalismo excessivo, mas significa, na verdade, dar cumprimento ao que prevê a legislação atinente ao tema e garantir aos licitantes a isonomia no tratamento durante o certame.

Registra-se, portanto, que a AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI além de ultrapassar o prazo máximo previsto para a campanha, a apresentou em verdadeira desconformidade com o período indicado no Edital, sendo, portanto, necessária a sua desclassificação por desatendimento à exigência contida no briefing, conforme expressa dicção do item 10.4, "a", do instrumento convocatório, sob pena de violação ao princípio da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação do edital.

##### **4.4.2- Da não apresentação da simulação e do resumo geral da Estratégia de Mídia e**



#### **Não Mídia na forma determinada no Edital**

Isto posto, verifica-se que o Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela AGÊNCIA CARAJAS EIRELI desatendeu aos sobreditos itens insculpidos no edital, eis que não constou no resumo geral da simulação do plano de distribuição as quantidades de inserções das peças em veículos de mídia, na forma como determinada no item 9.3.4.2, "b", mas apenas o quantitativo geral de inserções de todas as peças em cada meio de divulgação. A título exemplificativo, veja (...)

previsões editalícias e ao que prevê a legislação de regência, sendo, portanto, necessária a sua desclassificação por desatendimento à exigência contida nos itens acima discriminados, conforme expressa dicção do item 10.4, "a", do instrumento convocatório, sob pena de violação ao princípio da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação do edital.

#### **4.5 DA NECESSÁRIA REVISÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA ÀS RECORRIDAS. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO E JULGAMENTO OBJETIVO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

Não obstante não tenha a Subcomissão Técnica apresentado o julgamento individualizado dos quesitos e subquesitos considerados em seu julgamento, o que implica na nulidade da decisão que atribuiu as pontuações às licitantes — como já requerido no item 4.1 supra — é possível, diante das justificativas genéricas apresentadas, identificar violação, pela Subcomissão Técnica, do que prevê o item 10.2 do Edital e os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas técnicas.

Face ao exposto, resta evidenciado que a atuação da Subcomissão Técnica nos casos acima exemplificados afrontou expressa previsão legal, além dos princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação do instrumento convocatório, sendo imperiosa a revisão das notas atribuídas, sob pena de nulidade do julgamento por vício de legalidade.

#### **4.6 DA INCOMPATIBILIDADE ENTRE A PONTUAÇÃO CONFERIDA A PROPOSTA TÉCNICA DA RECORRENTE E AQUELA ATRIBUÍDA ÀS DEMAIS LICITANTES PARA OS MESMOS ATRIBUTOS**

Como já narrado no decorrer do presente recurso, o processo licitatório destina-se a garantir a melhor proposta para a administração pública, observando a isonomia entre os licitantes, que devem, portanto, ser vistos pelo ente público sem qualquer distinção.

Todavia, conforme se depreende da ata de julgamento das propostas técnicas, houve flagrante violação ao princípio da igualdade, da vinculação do instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas técnicas.

Como exemplo, pode-se citar a pontuação atribuída a capacidade de atendimento da Recorrente, quando a Subcomissão Técnica assim concluiu (...)

Diante da justificativa apresentada, nota-se que a Subcomissão Técnica avaliou o período de exercício das atividades pela ora Recorrente, sendo que tal atributo não faz parte do rol sujeito à avaliação para este item, conforme se observa do item 10.2.2.

De mais a mais, a pontuação atribuída à quantificação dos profissionais da equipe técnica da Recorrente, foi significativamente menor do que aquela atribuída As outras licitantes, mesmo tendo a Recorrente apresentado o total de 10 (dez) profissionais a serem alocados na execução do contrato, enquanto a AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI que apresentou 9 (nove) profissionais obteve nota 13,50; e a IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA que apresentou 12 (doze) profissionais obteve nota 14,01. Veja (...)

Sendo assim, é imperiosa a recomposição da nota atribuída à Recorrente neste quesito para, no minim, o mesmo patamar daquela que fora atribuída a AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI, tendo em vista que o tempo de atividade empresarial não deve interferir na sua pontuação deste quesito, haja vista não ter sido um atributo de avaliação previsto no edital; assim como por estar evidenciada a afronta aos princípios da isonomia, do julgamento objetivo das propostas técnicas e da vinculação do instrumento



convocatório, o que, no dizer de MARÇAL JUSTEN FILHO, "frustra a própria razão de ser da licitação" e viola "os princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade e a isonomia"

## 5. DOS PEDIDOS

**Diante do exposto, requer a Recorrente seja conhecido o presente recurso administrativo e recebido com em seu duplo efeito, devolutivo e suspensivo, conforme previsão contida no §2º, do art. 109, da Lei 8.666/93.**

Após o seu recebimento, roga seja dado provimento para ANULAR O PROCESSO LICITATÓRIO acima referenciado, tendo em vista a existência de fraude capaz de ensejar a nulidade de todos os atos praticados em seu bojo, conforme razões expendidas no tópico 2 acima, encaminhando os autos do processo administrativo para o Ministério Público do Estado do Pará para a devida apuração da ocorrência de fato típico a ensejar sanções cíveis, administrativas, por improbidade e/ou criminais; requisitar diligências investigatórias ou instauração de inquérito policial; e propor as ações que entender cabíveis, a teor do que prevê o art. 129, I, II, III e VIII da Constituição Federal.

Caso não se entenda pela anulação do processo licitatório, sem prejuízo da apreciação judicial da decisão que entender em sentido diverso ao pedido, requer a Recorrente seja reconhecida a nulidade do julgamento da proposta técnica, pelas razões fundamentadas no tópico 4.1 supra.

Requer, cumulativamente com o pedido retro, sejam desclassificadas as licitantes IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA, GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI, por terem descumprido as normas editalícias e possibilitado a identificação das propostas técnicas submetidas à apreciação da Subcomissão Técnica, conforme fatos e fundamentos adunados nos tópicos 4.2, 4.3 e 4.4. desta peça recursal.

**Roga, ainda, pela revisão das notas atribuídas as licitantes IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI nos itens descritos no tópico 4.5 supra, sob pena de violação ao princípio da vinculação do instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas; além da recomposição das notas atribuídas Recorrente no item descrito no tópico 4.6 acima, Protesta provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidos, especialmente a documental, pericial técnica e qualquer outra que se fizer necessária a comprovação dos fatos aqui deduzidos". (Grifamos).**

Quanto à apresentação de contrarrazões recursais, a Empresa AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI apresentou contrarrazões ao presente recurso, no dia 09 de fevereiro de 2022, nos seguintes termos:

### **"(...) 2. DO RECURSO APRESENTADO PELA D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**

#### **2.1 DA FALSIFICAÇÃO DE ASSINATURA. CONLUÍO. FRAUDES. PRÁTICA ILEGAL DE TROCA DE DOCUMENTOS NA LICITAÇÃO (PEÇAS).**

A D.M.R. PUBLICIDADE alega primeiramente que houve falsificação de sua assinatura em peças apresentadas pela Agência Carajás.

De forma preponente e irresponsável, a licitante D.M.R PUBLICIDADE afirma sem provas que as peças foram trocadas no processo licitatório, com objetivo de sanar erros de identificação de autoria do Plano de Comunicação.

Trecho retirado do recurso:

Corno se não bastasse, a falsificação da assinatura da representante da Recorrente se deu justamente por ocasião da troca das peças gráficas que anteriormente estavam



identificadas, por outras iguais, mas sem o número do processo licitatório; justamente o sinal tido por esta Recorrente como suficiente para identificar a proposta técnica.

A licitante D.M.R PUBLICIDADE apresenta um parecer grafoscópico, com a análise da rubrica, porém tudo indica, que a análise não foi realizada no documento original, uma vez que as pegas (instrumento da análise) se encontram no processo licitatório na sede da Prefeitura.

O fato da análise não ser realizada no documento original e na rubrica original já prejudica o parecer.

Independente, a D.M.R afirma de forma categórica que suas rubricas foram falsificadas por um motivo: TROCA DAS PEÇAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DA AGÊNCIA CARAJAS para correção de erros.

Tal afirmação é tão grave, que pode ser considerada imputação de crime a terceiros, seja para a Agência Carajás ou para agentes públicos da Prefeitura, pois somente com a participação dessas partes seria possível tal conduta ilegal.

A Agência Carajás não compactua com qualquer prática ilegal e repudia veemente a postura da licitante DMR PUBLICIDADE, pois nem tudo é válido para ganhar, nem tudo é válido para atingir seus objetivos e a DMR PUBLICIDADE no desespero para se salvar no processo licitatório, baixou o nível, fazendo afirmações perigosas.

**A Agência Carajás não aceitará tais alegações infundadas, que mesmo não prosperando, ainda assim geram comentários, manchando sua reputação e sua honra. Caso essa pauta da DMR PUBLICIDADE prossiga, se for necessário a Agência Carajás acionará a justiça, pois tais afirmações podem ser consideradas imputação de crime.**

Código Penal

DECRETO-LEI No 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940

"Art 138. Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime: Pena - detenção, de seis meses a dois anos; e multa.

Art. 139. Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação: Pena - detenção, de três meses a um ano, e multa

Art. 140 - Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro: Pena - detenção, de um a seis meses, ou multa."

A Agências Carajás não aceita e não aceitará ter sua imagem e sua reputação manchada, bem como não aceitará as ofensas contra a dignidade de seus representantes e sócios.

A Agência Carajás declara que não falsificou assinatura da representante da DMR PUBLICIDADE, bem como não realizou troca de pegas no certame, conforme alegado pela recorrente.

**A Agência Carajás possui provas que suas peças não foram trocadas e coloca disposição para a Prefeitura, para a DMR e demais licitantes e interessados. Uma delas é o próprio e-mail enviado antes da licitação para a gráfica onde foram realizadas as impressões, onde poderá ser objeto de verificação e comparação, pois são as mesmas peças sem qualquer alteração.**

A licitante DMR PUBLICIDADE afirma que no dia da sessão a peça possuía informação sobre número do processo, porém, facilmente isso pode ser constatado que continua, basta analisar o material disponibilizado pela Prefeitura, enviado escaneado pelo e-mail no prazo recursal.

**Até porque, constar o número do processo ou da concorrência na peça de forma alguma acarreta em identificação de autoria do plano. Como isso poderia ser feito? Como será identificado uma autoria apenas lendo o número do processo na peça?**

O edital não entra no mérito de constar ou não a informação do processo ou da concorrência na peça. Portanto, ao mesmo tempo que não solicita, também não veda. Não se tratando de exigência prevista no instrumento convocatório, é prerrogativa dos licitantes, entrando inclusive numa seara subjetiva.



Ademais, o processo licitatório teve vistas franqueadas desde o prazo recursal, com a devida transparência, sendo as mesmas peças desde a abertura da licitação.

A DMR PUBLICIDADE afirma que houve falsificação de rubricas, afirma que houve troca de peças da Agência Carajás no certame em busca de vantagens, mas tenta se esquivar das responsabilidades de tais afirmações alegando que não tem conhecimento acerca da autoria dos atos ilegais, mas tão somente de sua materialidade.

Ora, por favor, respeite nossa inteligência, se teria sido trocado as peças da Agência Carajás para correção de erro, isso traria vantagem direta a Agência Carajás, portanto, a DMR PUBLICIDADE identifica de forma clara o beneficiado, a Agência Carajás teria vantagem ao ter sua pega escoimada de erros.

Portanto, a DMR PUBLICIDADE indica a materialidade, bem como indica o beneficiado direto do ato ilegal, devendo arcar com as responsabilidades de tais afirmações infundadas.

Fazendo um exercício rápido de cenário hipotético onde as peças foram de fato trocadas, as demais assinaturas dos licitantes concorrentes e membros da comissão de licitação também foram falsificadas?

Somente assim seria possível a troca de peças, ou todas essas assinaturas foram falsificadas ou todos concorrentes e membros da comissão se encontram em conluio contra a recorrente DMR PUBLICIDADE. E curioso o parecer apresentado pela recorrente não conter a análise da autoria das demais rubricas contidas nas peças.

Diante disso, no cenário real, a DMR PUBLICIDADE estaria alegando que:

Ou a Agência Carajás cometeu crime de falsificação das assinaturas de todos concorrentes e membros da Comissão de Licitação;

Ou os demais concorrentes e membros da comissão de licitação cometeram crime de fraude e conluio com a Agência Carajás;

Pois seria a única forma de trocar as peças, fato afirmado pela recorrente. Esse é o cenário pintado pela DMR PUBLICIDADE, que não passa de veraneios e alegações infundadas, num complexo de perseguição.

**A DMR PUBLICIDADE se insurge não só contra a Agência Carajás, mas também contra a Prefeitura e seus servidores, levantando tais questões, afirmando que houve troca de peças e ilegalidade no processo.**

Na tentativa de reverter o resultado proferido no julgamento, a DMR PUBLICIDADE de forma desesperada atacou as partes, com pleito de anulação do certame, pois a recorrente sabe, que sua Proposta Técnica, seu Plano de Comunicação Publicitária foi o pior do processo, sendo a última colocada, a menor nota na pontuação proferida.

Sem contar seus erros de formatação no envelope 1, descumprindo exigências do edital desde a capa, que não foi apresentada em branco, planilhas que não foram apresentadas em tons de cinza, entre outros.

Portanto, tal alegação infundada e descuidada sobre falsificação de assinatura para uma troca de peças no processo não deve prosperar. A DMR PUBLICIDADE baseada nisso se insurge também contra a Prefeitura e seus servidores ao afirmar tais condutas ilegais.

Espera-se no mínimo uma retratação da recorrente DMR PUBLICIDADE, pois além de tais afirmações infundadas, a recorrente coloca em dúvida a atitude da Comissão de Licitação sobre as alegações que seriam relatadas na ATA da Primeira Sessão, como se tivesse havido cerceamento de seus direitos, porém isso não ocorreu.

Durante a primeira sessão, em comum acordo, a Comissão de Licitação, assessora pelo jurídico chegou em um consenso com todos licitantes, que seria melhor não fazer constar em ATA alegações que poderiam provocar auto identificação de autoria dos planos ou por uma soma de informações e alegações dos licitantes, pudessem acarretar nesse tipo de identificação.

Todos licitantes, inclusive a DMR PUBLICIDADE, concordaram e deu-se prosseguimento no restante do certame dessa forma.



Não há o que se falar de anulação do certame, pois foi mantido o devido processo legal, sem a presença de vícios e ilegalidade.

## 2.2 DOS ERROS APONTADOS NA PROPOSTA TÉCNICA DA AGÊNCIA CARAJÁS

Em relação ao período da campanha, preliminarmente vale ressaltar que tal critério não é desclassificatório, mas sim um critério de avaliação de pontuação.

A mensuração da nota atribuída pela Subcomissão Técnica leva em consideração erros apontados pelos licitantes em seus recursos, pois não houve apontamento de todas as falhas no relatório de julgamento proferido. Portanto, naturalmente tal falha deve ter sido já considerada com a diminuição da nota atribuída.

Vale ressaltar que todas as campanhas apresentadas possuem falhas, inclusive em relação ao tempo da campanha a Agência IVO e também a Agência GAMMA apresentou inconsistências e foram já consideradas no julgamento.

No caso da Agência Carajás, seria um excesso de formalismo e desproporcional desclassificar uma campanha que por um simples erro material teve sua campanha veiculada em 91 (noventa e um) dias, ao invés de 90 (noventa) dias.

Uma campanha ser veiculada por um dia a mais, não traz prejuízos para o cliente, tampouco para o processo, caso fosse ao contrário, uma campanha ser veiculada por um período menor que aquele exigido pelo cliente, aí sim seria uma falha considerável.

Aqui se encaixa a expressão: QUEM PODE MAIS, PODE MENOS. Ou seja, ficou devidamente comprovado a capacidade da licitante executar uma campanha em período de 90 (noventa) dias, bem como 91 (noventa e um) dias.

Ainda em relação ao período da campanha, a recorrente anexou um calendário de 2022 em seu recurso para exemplificar falha na campanha da Agência Carajás. Porém, vale ressaltar que em nenhum momento apresentamos tal calendário em nossa campanha (...)

A Agência Carajás apresentou sua campanha para o período de 2021, conforme exigido pelo briefing, podendo ser verificado em sua campanha que em nenhum momento mencionado o ano de 2022.

A recorrente alega que tal informação foi extraída do mapa de mídia, mas não apontou explicitamente qualquer transcrição da proposta contendo ano 2022. Desconhecemos os métodos aplicados pela recorrente para chegar em tal conclusão e reforçamos que tal calendário printado e anexo no recurso não é de nossa campanha.

(...) Neste cenário, desclassificar por exemplos as 3 (três) melhores Agências pontuadas no processo, simplesmente por inconsistência no período da campanha será desproporcional e excesso de formalismo — restringindo, portanto, a competitividade do certame em questão e a possibilidade de obtenção de proposta mais vantajosa para essa d. Administração Municipal, sem contar que não estaria sendo cumprido o objetivo da melhor técnica! — constitui, concessa vênica, ato de inaceitável e excessivo formal, já que nenhuma utilidade teria, nenhuma diferença faz tais inconsistências, uma vez que para a contratação ficou devidamente comprovado a capacidades das Agências de executar campanhas da mesma envergadura!

(...) Indaga-se: qual seria o prejuízo para essa d. Administração Municipal e para o certame em si, avaliar inconsistências de período como adequações normais em reuniões de planejamento e briefing, considerando ainda que está campanha trata-se apenas de um exercício para mensurar a capacidade técnica? Absolutamente, nenhum!

A recorrente alega ainda, que a campanha da Agência Carajás descumpriu regras de preenchimento da planilha de simulação ao não indicar o quantitativo das peças individualmente, constando apenas o somatório.

Ora, a DMR PUBLICIDADE necessita entender que nem todos os Planos de Comunicação foram elaboradas por ela, nem todas as regras são absolutas e verdade única. Algumas regras editalícias podem ser atendidas por mais de uma forma, como por exemplo essa questão levantada.



Na imagem abaixo, retirada de nossa campanha e apontada como erro pela recorrente, podemos ver de forma clara, que na terceira coluna relaciona as 11 (onze) peças e na quinta coluna informa o quantitativo de 11 (onze). Logo conclui-se sem esforço que são 11 inserções, 11 peças, 1 de cada.

(...) Portanto, resta comprovado que não deve prosperar tais argumentos relacionados as regras de preenchimento da planilha de simulação, atendendo os requisitos previstos para o quesito estratégia de mídia e não mídia.

A recorrente ainda não satisfeita, alega que a nossa campanha PARAUAPEBAS, TESOURO DA AMAZÔNIA! não possui nota adequada As justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica.

Ocorre que a recorrente apresenta alguns critérios e atributos de julgamentos que em tese foram descumpridos, pleiteia assim a redução da nota, porém, em nenhum momento foi apresentado de fato falhas da campanha correspondente.

Foram apenas citados itens que eventualmente foram descumpridos, mas não vinculou com o texto ou falha da campanha, sendo apenas um argumento baseado em achismo, sem embasamento técnico e objetivo.

Por fim, faz comparações das justificativas, alegando que a retirada da nota não foi suficiente, a exemplo da compatibilidade dos pregos apresentado a época. Porém, novamente não foi comprovado por meio de contraprova, nenhuma apresentação de preços distinto do mesmo veículo, nenhuma apresentação de tabela.

Se nem a recorrente consegue provar um prego inexequível, se nem a recorrente trouxe elementos suficientes para revisão de nota, porque o julgamento deveria ser revisto?

Conclui-se que o recurso é frágil e raso, inclusive com alguns pontos meramente protelatórios. Um recurso com objetivo de conturbar o processo, com afirmações graves que coloca em cheque a reputação de terceiros, seja da Agência Carajás, dos servidores da Prefeitura e dos demais concorrentes.

O recurso deve ser julgado totalmente improcedente, no mínimo. Pois ao nosso ver, a recorrente deveria inclusive se retratar ou se retirar do processo, de tão grave e mirabolantes foram suas alegações em relação a terceiros praticando atos ilegais no processo e ainda requerendo o envio do processo para o Ministério Público do Pará, para apuração e sanções, como se tivesse razão.

### 3. DOS PEDIDOS

**Como pode-se observar de todo o exposto, sobejam razões para a procedência total de nossas contrarrazões.**

**Assim, aguarda e requer, que seja:**

**a. JULGADO TOTALMENTE IMPROCEDENTE o recurso apresentado pela empresa DMR PUBLICIDADE, pelos motivos e argumentação apresentados nesta". (Grifamos).**

É o breve relatório.

### ANÁLISE DO RECURSO

Insurge a ora recorrente, D.M.R publicidade e propaganda EIRELI, contra a decisão que a classificou em 4º lugar no certame.

Em que pese os argumentos apresentados, esta Comissão de Licitação faz as seguintes considerações.



Com relação às razões apresentadas pela recorrente, temos a ata de análise dos recursos feita pela subcomissão técnica de julgamento, no dia 15 de fevereiro de 2022, composta pela Sra. Andréa Batista Reis, Sr. Felipe Almeida Borges e Sra. Suellen Cardoso da Silva Medeiros, senão vejamos:

“Ata de análise de recursos apresentados pelas Agências de Publicidade que participaram do processo licitatório 3/2021 – 001GABIN

Aos quatorze dias de fevereiro de dois mil e vinte dois, a subcomissão técnica do Processo Licitatório 3/2021 - 001GABIN, que trata sobre a contratação de duas agências de publicidade para a prestação de serviços especializados, recebeu da Comissão de Licitação a notificação sobre a necessidade de revisar as peças apresentadas pelas licitantes.

Tal necessidade deveu-se a apresentação de recursos administrativos das concorrentes D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, assim como as contrarrazões da Gamma Comunicação, Ivo Amaral Publicidade, D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás.

Os trabalhos de análises dos recursos se estendeu até o dia quinze de fevereiro do corrente ano.

**Seguem abaixo nossas considerações:**

- Em relação a suposta fraude apresentada pela recorrente D.M.R Publicidade e Propaganda (Mais Comunicação), que teria tido uma peça publicitária substituída durante o processo licitatório e que sua assinatura/rubrica teria sido falsificada, a subcomissão ficou surpresa com tal afirmação já que preza pela transparência e idoneidade de seus membros.

- Como previsto no ritual do Processo, nós recebemos da Comissão de Licitação os envelopes, denominados nº1, devidamente lacrados e rubricados pelos representantes das agências concorrentes no dia 06/01/22. De 07 a 11/01, a subcomissão abriu e analisou individualmente as propostas contidas no envelope nº 1. Após cada análise, os mesmos foram lacrados novamente, não sendo possível comparar as rubricas existentes e/ou substituir peças de uma das concorrentes como foi alegado.

- Sobre a requisição da licitante Mais Comunicação de desclassificação e redução de pontos das concorrentes, entendemos que conforme análise técnica desta subcomissão nenhuma das agências licitantes deveria ser desclassificada pelos motivos apontados no recurso. De acordo com a nossa capacidade técnica, podemos constatar que todas as empresas tiveram erros, pelos quais perderam pontos durante esta etapa do processo, sempre considerando o julgamento dos itens propostos no edital.

- A respeito da solicitação da recorrente sobre a reavaliação de pontuação atribuída a ela no quesito capacidade de atendimento, informamos que diferente da análise comparativa apresentada pela licitante, avaliamos a proposta individualmente, ou seja, sem fazer comparações entre as agências.

Sobre o recurso apresentado pela Agência Digital Carajás que entende ser a empresa que apresentou a melhor proposta de atendimento no referido processo licitatório e solicita a revisão das notas emitidas por esta subcomissão ressaltamos:

- Toda a análise técnica realizada neste processo atende aos quesitos determinados no instrumento convocatório.

- Respeitamos a posição da recorrente Agência Digital Carajás quando defende sua proposta por entender que é a que melhor atende todos os requisitos da concorrência, no entanto esta subcomissão avaliou de forma objetiva os critérios



e parâmetros fixados. Avaliação que foi elaborada relacionando cada um dos itens do edital, quando e identificou falhas já relatadas na análise técnica.

- No decorrer do recurso apresentado, a empresa manifesta sua indignação e avalia as campanhas das outras concorrentes, o que não cabe dentro do processo licitatório.

- **Mais uma vez, ressaltamos que a nossa avaliação não foi realizada com base em comparações entre as campanhas apresentadas pelas licitantes.**

**Analisando os recursos apresentados pela empresa D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, esta subcomissão decide manter a pontuação já registrada para todas as agências que participam da concorrência, pois não existem motivos para desclassificação e mudança de pontuação. Dito isso, manifestamos pelo desprovimento dos recursos na parte que compete a subcomissão.**

Sem nada mais a tratar, encerramos a reunião”. (Grifamos).

Mais a mais, sobre a alegação da recorrente de suposta existência de fraude no certame, alegando que no dia da sessão informou à esta Comissão a existência de elementos de identificação constantes em algumas peças, e que Comissão impediu a consignação do fato manifestado e, ainda, posteriormente, na sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas, verificado indício de falsificação de sua assinatura em algumas peças.

Pois bem, cabe frisar o que dispõe os itens 9.2 e 9.2.5 do edital, acerca da forma de apresentação e elaboração da proposta técnica, vejamos:

“9.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado na seguinte forma:

(...)

9.2.5. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do envelope nº 2”.** (Grifamos).

Sendo assim, não há como sustentar qualquer alegação de que houve nas peças a identificação de sua autoria, por ter constado em algumas delas a indicação do número do processo licitatório, eis que se trata de informação incapaz de possibilitar a identificação do licitante que a produziu. Inclusive, por se tratar de apresentação de proposta técnica de publicidade, a remissão ao número do processo licitatório relativo a este certame, não se mostra capaz de ser interpretada como símbolo de identificação das mesmas, podendo ser visualizado como parte da campanha.

Destarte, esta Comissão repugna a alegação da recorrente de que houve fraude neste certame, tratando-se de mera suposição infundada, sem qualquer prova concreta capaz de lhe sustentar, tendo a própria recorrente trazido na sua peça recursal que tem a memória exata da existência de sinais de identificação em algumas peças, sendo elas, peça 2 – Layout Outdoor – Abertura da Campanha, peça 4 – Mídia Aeroporto – Pannel Led, e na Peça 5 – Anúncio Revista de Avião, e, com base na sua memória, traz alegações descabidas.

Ressaltamos que em cada envelope há assinatura de 4 (quatro) licitantes, não só a da recorrente e que, as peças técnicas das licitantes, apesar de não ter sido numeradas sequencialmente neste processo, encontram-se em anexo e constituem parte integrante do



mesmo, estando todas elas devidamente rubricadas por todas as licitantes, bem como à disposição dos interessados para verificação das assinaturas.

Mais além, esta Comissão de Licitações, diante da sua inconstante busca ao interesse público na condução dos processos licitatórios destaca, tem se pautado, entre outros, no princípio do formalismo moderado, o qual dispensa uma formalidade excessiva nos processos administrativos, especialmente em relação aos atos dos particulares, para que os mesmos não venham a ser rejeitados por motivos que não prejudicariam a essência do processo, ou seja, “bastam as formalidades estritamente necessárias à obtenção da certeza jurídica e à segurança procedimental<sup>1</sup>” e, assim, entende que, a mera remissão ao número do processo deste certame em algumas das peças da recorrente, não é motivo capaz de incidir no disposto no item 9.2.5 do edital e ser considerado como capaz de identificação por parte da Subcomissão de Julgamento.

Com isso e por todo o exposto, temos que as referidas alegações da Recorrente não merecem prosperar, conforme trechos da análise técnica citada acima e os ditames do instrumento convocatório.

Nesse interim, importante salientar que a vinculação dos participantes aos exatos termos estipulados no Edital de Licitação é princípio fundamental do procedimento licitatório.

Sobre este ponto, cabe transcrever a lição do saudoso Mestre HELY LOPES MEIRELLES acerca do Edital, segundo o qual:

"A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital a forma e o modo de participação dos licitantes e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento se afastasse do estabelecido, ou admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu (art. 41)" ("in" "Direito Administrativo Brasileiro", Malheiros Editores, São Paulo, 29ª ed., 2004, p. 268)".

Nesse sentido também é a jurisprudência dos tribunais superiores:

“5. O princípio da vinculação ao edital restringe o próprio ato administrativo às regras editalícias, impondo a inabilitação da empresa que descumpriu as exigências estabelecidas no ato convocatório.” (REsp 595079/RS, Rel. Min. Herman Benjamin, 2ª Turma, STJ, DOU 15/12/2009)”.

Desta forma, em obediência ao princípio da vinculação ao edital da licitação, bem como do tratamento isonômico dos licitantes, não se admite que por qualquer ato editado pela Administração, durante a fluência do certame, deixe de exigir o que foi inicialmente imposto ou passe a decretar ordens contrárias às previamente conhecidas dos licitantes.

<sup>1</sup> MEIRELLES, op. cit., p. 659.



E assim, estando amparada a atuação da Comissão Permanente de Licitação na legislação pertinente, inclusive subsidiada pelo relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, a qual lhe possibilita esse agir, não se pode permitir atuação diversa da adotada para tais situações. Logo, as alegações da Recorrente não merecem prosperar.

### DA CONCLUSÃO

Com base no exposto acima, a Comissão Permanente de Licitação firma convencimento no sentido de que, tal pleito **NÃO MERECE ACOLHIMENTO**, vez que a decisão está fulcrada nos princípios e normas que regem o procedimento licitatório brasileiro.

### DA DECISÃO

Pelo exposto, em respeito ao instrumento convocatório e em estrita observância aos demais princípios da Licitação, bem como amparada no relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, reconhecemos o recurso apresentado pela Empresa **D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, tendo em vista a sua tempestividade, para no **MÉRITO NEGAR-LHE PROVIMENTO**, mantendo as pontuações dadas pela subcomissão técnica de julgamento.

Desta forma, nada mais havendo a relatar submetemos à Autoridade Administrativa Superior para apreciação e decisão, tendo em vista o princípio do duplo grau de jurisdição e conforme preceitua o art. 109, § 4º da Lei 8.666/1993.

São os termos.

Parauapebas/PA, 24 de fevereiro de 2022.

  
**FABIANA DE SOUZA NASCIMENTO**  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
PRESIDENTE

  
**CLEBSON PONTES DE SOUZA**  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
MEMBRO

  
**DÉBORA DE ASSIS MACIEL**  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
MEMBRO



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

## PARECER JURÍDICO



**EMENTA:** Processo de Licitação. Concorrência nº 3/2021-001 GABIN.

**Objeto:** Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

**Assunto:** Recurso Administrativo

**Recorrente:** AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI.

### 1. Relatório

Trata-se de processo de licitação, na modalidade de Concorrência, que visa a contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Consta nos autos que a Recorrente **AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**, inconformada com a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, interpôs recurso administrativo alegando que atendeu às exigências editalícias, em especial quanto à adequação do seu Plano de Comunicação Publicitário com as exigências dos itens 10.2 e seguintes do instrumento convocatório, requerendo a revisão de sua nota; bem como alegando a necessidade de desclassificação das Propostas Técnicas das licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA** e **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI** e revisão, a menor, da nota da empresa **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** (fls. 813-858).

Em atenção ao § 3º do artigo 109, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, as demais licitantes foram intimadas da interposição do recurso (fls. 988), tendo as licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA**, **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI** e **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** apresentado contrarrazões.

A Comissão de Licitação, em análise fundamentada, decidiu manter a decisão guerreada (fls. 1051-1068), com base em manifestação técnica da Subcomissão Técnica de Julgamento (fls. 1048-1049), razão pela qual, neste primeiro momento, o tratado processo está sendo submetido à apreciação desta D. Procuradoria Geral, para então, em um segundo momento, ser devidamente apreciado e julgado pela Autoridade Superior Competente, o Sr. Chefe de Gabinete do Poder Executivo.

É o Relatório.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



## 2. Da apreciação das alegações da Recorrente

Considerando que o presente recurso tem por objetivo a revisão da decisão que inabilitou a empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**, tendo a Recorrente manifestado tempestivamente a sua intenção de recorrer, demonstrando o seu inconformismo com a decisão da Comissão Permanente de Licitação, resta claro que o presente recurso deve ser apreciado.

Cumprido observar que o exame dos presentes autos restringe-se aos aspectos jurídicos, excluídos aqueles de natureza técnica. Em relação a estes, partiremos da premissa de que a autoridade competente municiou-se dos conhecimentos específicos imprescindíveis para a sua adequação ao interesse público, tendo observado todos os requisitos legalmente impostos.

Deve-se salientar que a presente manifestação toma por base, exclusivamente, os elementos que constam, até a presente data, nos autos do processo administrativo em epígrafe. Destarte, à luz da lei, incumbe, a este órgão de assessoria jurídica, prestar orientação de cunho opinativo, sob o prisma estritamente jurídico, não lhe competindo analisar aspectos de natureza eminentemente técnico-administrativa.

Consta da ata de sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas de fls. 775-777:

*“A Comissão Permanente de Licitação com base nas pontuações acima descritas DECIDE classificar para a fase seguinte do certame as proponentes, na seguinte ordem: IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA-EPP com 95,01 pontos, 1º lugar; GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA com 92,88 pontos, 2º lugar; AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI com 88,96 pontos, 3º lugar; D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI com 85,38 pontos, 4º lugar.”*

Todavia, a empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**, quanto à sua Proposta Técnica, em suas razões recursais, alega que:

*“Data máxima vênia, o resultado e notas proferidas apresentam incoerências e afrontam os critérios de julgamentos definidos no instrumento convocatório e sendo esta regra vinculante para todos licitante e também para a Administração, tal julgamento deve ser reformado com base na argumentação apresentada a seguir, resguardando assim os princípios do julgamento objetivo, da legalidade e da isonomia.*

*Preliminarmente, vale ressaltar que a Subcomissão Técnica deve analisar e julgar as Propostas Técnicas (Envelope 01 e Envelope 03) conforme edital em seu item 10 - Julgamento das Propostas Técnicas, mais especificamente no subitem 10.2 que prevê os critérios de julgamento, onde é definido os atributos e pontuação máxima de cada quesito e subquesito.*

*Com base no subitem 10.2 do Edital, apontaremos as falhas e incoerências na pontuação proferida para a campanha da recorrente, uma vez que é dever da Administração zelar pelo princípio do julgamento objetivo, sendo o instrumento convocatório regra vinculante e portanto deve ser respeitado e seguido.*

(...)



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



O julgamento não levou em consideração os pontos positivos da campanha da recorrente em relação a campanha melhor pontuada no processo, sendo uma afronta aos critérios e atributos de julgamento definido no instrumento convocatório. (...)

Portanto, seguindo os critérios de julgamento objetivo previsto no edital, a Ideia Criativa da recorrente deve ser pontuada ao máximo (30 pontos) ou que seja a melhor pontuada no processo, acima da pontuação obtida pela IVO (Parauapebas surpreendente: 28,60 pontos), pois conforme demonstrado a mesma possui falhas não consideradas no processo e a Ideia Criativa da recorrente possui pontos positivos que não foram considerados.

No caso da campanha da GAMMA, o plano de simulação não tem nenhuma informação do material e peças de NAO MIDIA, sejam suas quantidades ou seus valores de produção, descumprindo o item 9.3.4.2 do edital, alíneas "e" e "f", uma vez que o item define que deverá conter pelo menos, portanto, uma informação obrigatória. A campanha da GAMMA prevê no texto da Estratégia que haverá diversas peças não mídia para redes sociais e sites próprios, o que evidencia a necessidade de apresentar essas quantidades na simulação, porém, não o fez.

Já a campanha da IVO não indicou todos os veículos de comunicação, se limitando a indicar apenas os meios, descumprindo a exigência prevista no edital, item 9.3.4.2. E ainda não apresentou valores de todos os veículos de comunicação, descumprindo a exigência prevista no edital, item 9.4.12, alínea "c".

Por essas e outras inconsistências apresentadas nas melhores campanhas pontuadas, a nota da recorrente deve ser revisada buscando uma equiparação, passando de 8,53 pontos para 9,70 pontos. Somente assim, o processo licitatório estará resguardado, zelando pelo julgamento objetivo, legalidade e tratamento igualitário em iguais condições entre os licitantes."

Mais adiante, em suas razões recursais, a Recorrente ataca as propostas técnicas das licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA, IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA e D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, tendo concluído que:

Desse modo, não se pode privilegiar licitantes que não observaram os termos do instrumento convocatório, permitindo-lhes a classificação ou boa pontuação no certame, em detrimento das concorrentes que atenderam todos requisitos e exigências do Edital.

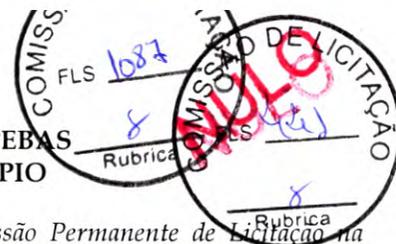
Há motivos de sobra para que o presente recurso seja provido, e para que haja a desclassificação da empresa GAMMA e da empresa DMR, e, ainda aceitas as revisões de notas solicitadas na campanha da recorrente e em relação a empresa IVO, pelas razões acima expostas.

Por sua vez, a Comissão Especial de Licitação ao analisar o Recurso Administrativo interposto pela empresa, decidiu:

Desta forma, em obediência ao princípio da vinculação ao edital da licitação, bem como do tratamento isonômico dos licitantes, não se admite que por qualquer ato editado pela Administração, durante a fluência do certame, esta deixe de exigir o que foi inicialmente imposto ou passe a decretar ordens contrárias às previamente conhecidas dos licitantes.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



E assim, estando amparada a atuação da Comissão Permanente de Licitação na legislação pertinente, inclusive subsidiada pelo relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, a qual lhe possibilita esse agir, não se pode permitir atuação diversa da adotada para tais situações. Logo, as alegações da Recorrente não merecem prosperar.

Conforme estabelece a Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, as propostas técnicas serão compostas de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente.

Enquanto que o conjunto de informações será composto de quesitos destinados a avaliar **a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes**; o Plano de comunicação publicitária, de acordo com o art.7º da Lei 12.232/2010, será composto por:

- I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;
- III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;
- IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

A mesma lei estabelece que as Propostas Técnicas devem ser 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. No certame em análise, a escolha da subcomissão atendeu ao que determina a lei, conforme depreende-se dos documentos acostados às fls. 604-703, que resultou na nomeação de Andréa Batista Reis, Felipe Almeida Borges e Suellen Cardoso da Silva Medeiros, que foram responsáveis pela avaliação das propostas técnicas, bem como pela análise dos recursos, nesta fase.

Em Parecer Técnico de análise dos recursos, a Subcomissão técnica de julgamento, opinou pela improcedência do recurso:

*“Aos quatorze dias de fevereiro de dois mil e vinte dois, a subcomissão técnica do Processo Licitatório 3/2021 - 001 GABIN, que trata sobre a contratação de duas agências de publicidade para a prestação de serviços especializados, recebeu da Comissão de Licitação a notificação sobre a **necessidade de revisar as peças apresentadas pelas licitantes.***

*Tal necessidade deveu-se a apresentação de recursos administrativos das concorrentes D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, assim como as*



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



contrarrrazões da Gamma Comunicação, Ivo Amaral Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás.

*Sobre o recurso apresentado pela Agência Digital Carajás que entende ser a empresa que apresentou a melhor proposta de atendimento no referido processo licitatório e solicita a revisão das notas emitidas por esta subcomissão ressaltamos:*

- Toda a análise técnica realizada neste processo atende aos quesitos determinados no instrumento convocatório.

- Respeitamos a posição da recorrente Agência Digital Carajás quando defende sua proposta por entender que é a que melhor atende todos os requisitos da concorrência, no entanto esta subcomissão avaliou de forma objetiva os critérios e parâmetros fixados. Avaliação que foi elaborada relacionando cada um dos itens do edital, quando e identificou falhas já relatadas na análise técnica.

- No decorrer do recurso apresentado, a empresa manifesta sua indignação e avalia as campanhas das outras concorrentes, o que não cabe dentro do processo licitatório.

- Mais uma vez, ressaltamos que a nossa avaliação não foi realizada com base em comparações entre as campanhas apresentadas pelas licitantes.

*Analizando os recursos apresentados pela empresa D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, esta subcomissão decide manter a pontuação já registrada para todas as agências que participam da concorrência, pois não existem motivos para desclassificação e mudança de pontuação. Dito isso, manifestamos pelo desprovemento dos recursos na parte que compete a subcomissão."*

Ressalta-se que a Subcomissão Técnica de Julgamento é detentora de conhecimentos técnicos que a tornam apta a realizar a correta análise dos documentos referentes à proposta técnica, apurando se houve ou não o cumprimento das previsões do Edital do presente certame.

Sendo assim, com base na análise técnica da subcomissão, **esta Procuradoria opina pela improcedência das alegações da Recorrente, devendo ser mantida a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, mantendo-se, ainda, a classificação das Propostas Técnicas das licitantes GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA e D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, bem como a nota atribuída à empresa IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA e à Recorrente.**

#### 4. Da Vinculação ao Edital

Destaca-se que a Administração deve dar cumprimento às regras editalícias, as quais fazem lei entre as partes, não podendo inovar com exigências ulteriores ou diferentes daquelas previamente estabelecidas, sob pena de afrontar ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

Neste sentido é o que determina o art. 41, da Lei nº 8.666/93, vejamos:

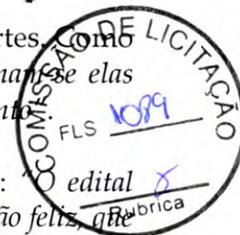


PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, a qual se acha estritamente vinculada.

E não olvidemos que o edital é a lei interna do certame e vincula as partes. Como ensina DIOGENES GASPARINI<sup>1</sup>: “[...] estabelecidas às regras de certa licitação, tornam-se elas inalteráveis a partir da publicação do instrumento convocatório e durante todo o procedimento.”



Nesse toar é a lição de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO<sup>2</sup>: “O edital constitui-se no documento fundamental da licitação. Habitualmente se afirma, em observação feita, que é a sua lei interna”. Com efeito, abaixo da legislação pertinente à matéria, é o edital que estabelece as regras específicas de cada licitação. A Administração fica estritamente vinculada às normas e condições nele estabelecidas, das quais não pode se afastar (art. 41).

Embora não seja exaustivo, pois normas anteriores e superiores o complementam, ainda, que não reproduzidas em seu texto, como bem diz Hely Lopes Meirelles, o edital é a matriz da licitação e do contrato; daí não se pode exigir ou decidir além ou aquém do edital.

Desta forma, destacamos, ainda, que o edital nos procedimentos licitatórios é considerado como o instrumento principal de regência da licitação, já que estabelece – tanto para a Administração, quanto para os administrados – “uma pauta vinculante de prescrições, a cuja observância acham-se todos submetidos, constituindo-se na lei interna do certame, desde que em relação de harmonia, no plano hierárquico-normativo, com texto da Constituição e das leis da República.” (STF – Rel. Min. Celso de Mello – RMS 22342-SP). Devendo assim, todos os licitantes e a própria Administração manterem estrita observância aos termos ali declinados.

## 5. Conclusão

*Ex positis*, invocando os princípios básicos norteadores dos atos administrativos, quais sejam: a legalidade, a impessoalidade, a moralidade, a igualdade, a publicidade, a probidade administrativa, a vinculação ao instrumento convocatório, o julgamento objetivo e verificando que o presente Recurso, *data vênia*, se encontra respaldado pela legislação pátria, e considerando o desenvolvimento jurídico acima, **OPINAMOS** pelo conhecimento do recurso administrativo interposto pela empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**, para no mérito, considerá-lo **TOTALMENTE IMPROCEDENTE**, conforme fundamentação acima.

É o parecer que submetemos à consideração de Vossa Excelência, S.M.J.

Parauapebas/PA, 04 de março de 2022.

**RAFAELA PAMPLONA DE MELO**

ASSESSORA JURÍDICA DE PROCURADOR  
DECRETO Nº 068/2017

**QUÉSIA SINEY G. LUSTOSA**

PROCURADORA GERAL DO MUNICÍPIO  
DECRETO Nº 233/2019

<sup>1</sup> GASPARINI, Diogenes. Direito Administrativo. 13ª edição. Editora Saraiva. 2008, p. 487.

<sup>2</sup> Curso de Direito Administrativo. 29ª edição. Malheiros. 2012, p. 594-5.



## PARECER JURÍDICO



**EMENTA:** Processo de Licitação Concorrência n° 3/2021-001 GABIN.

**Objeto:** Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

**Assunto:** Recurso Administrativo

**Recorrente:** D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI.

### 1. RELATÓRIO

Trata-se de processo de licitação, na modalidade de Concorrência, que visa a contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Consta nos autos que a Recorrente **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, sob alegação de fraude à licitação, interpôs recurso administrativo requerendo a anulação do certame, tendo juntado laudo grafotécnico para subsidiar o pedido. Além disso, inconformada com a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, defende a adequação de sua Proposta Técnica com as exigências editalícias, requerendo a revisão de sua nota; bem como alegando a necessidade de desclassificação das Propostas Técnicas das licitantes **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA; GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**.

Em atenção ao § 3º do artigo 109, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, as demais licitantes foram intimadas da interposição do recurso (fls. 988), tendo as licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA, D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI e IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** apresentado contrarrazões. Frise-se que **TODAS AS RECORRIDAS** tratam as alegações de fraude como **“fantasiosas” e “infundadas”**.

A Comissão de Licitação, em análise fundamentada, decidiu manter a decisão guerreada (fls. 1069-1082), com base em manifestação técnica da Subcomissão Técnica de Julgamento (fls. 1048-1049), razão pela qual, neste primeiro momento, o tratado processo está sendo submetido à apreciação desta D. Procuradoria Geral, para então, em um segundo momento, ser devidamente apreciado e julgado pela Autoridade Superior Competente, o Sr. Chefe de Gabinete do Poder Executivo.

**É o Relatório.**

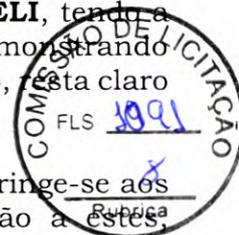


PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



## 2. DA APRECIÇÃO DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE

Considerando que o presente recurso tem por objetivo a revisão da decisão que inabilitou a empresa **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, tendo a Recorrente manifestado tempestivamente a sua intenção de recorrer, demonstrando o seu inconformismo com a decisão da Comissão Permanente de Licitação, está claro que o presente recurso deve ser apreciado.



Cumprido observar que o exame dos presentes autos restringe-se aos aspectos jurídicos, excluídos aqueles de natureza técnica. Em relação a estes, partiremos da premissa de que a autoridade competente municiou-se dos conhecimentos específicos imprescindíveis para a sua adequação ao interesse público, tendo observado todos os requisitos legalmente impostos.

Deve-se salientar que a presente manifestação toma por base, exclusivamente, os elementos que constam, até a presente data, nos autos do processo administrativo em epígrafe. Destarte, à luz da lei, incumbe, a este órgão de assessoria jurídica, prestar orientação de cunho opinativo, sob o prisma estritamente jurídico, não lhe competindo analisar aspectos de natureza eminentemente técnico-administrativa.

Consta da ata de sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas de fls. 775-777:

**“A Comissão Permanente de Licitação com base nas pontuações acima descritas DECIDE classificar para a fase seguinte do certame as proponentes, na seguinte ordem: IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA-EPP com 95,01 pontos, 1º lugar; GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA com 92,88 pontos, 2º lugar; AGENCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI com 88,96 pontos, 3º lugar; D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI com 85,38 pontos, 4º lugar.”**

## 3. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Quanto ao julgamento das Propostas Técnicas, em resumo, a empresa **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, em suas razões recursais, ataca os seguintes pontos:

**“Na remota hipótese de não ser determinada a anulação do certame, o que se admite por amor ao debate, insurge-se a Recorrente contra a decisão administrativa que:**

**1º) Não observou o que prevê o art. 11, §4º, III, IV, V e VI, da Lei 12.232/2010, impedindo a identificação de eventuais causas de desclassificação das licitantes, conforme estabelecido no item 10.4, "e", do instrumento convocatório;**

**2º) Deixou de desclassificar a IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA por identificação da proposta e descumprimento dos itens 9.2, "f"; 9.2.5; 9.14, "b"; 9.3.4.1; 9.3.4.2, "b"; 9.3.4.2, "e"; 9.3.4.2, "e"; 9.3.4.2, "f"; do instrumento convocatório, dos arts. 6º, IX; 7º, 1V; da Lei 12.232/2010; por não ter indicado profissionais que deverão ser colocados à disposição da execução do contrato, descumprindo o item 9.6, "b", do Edital; além de ter apresentado campanha com a utilização de recursos próprios não previstos**



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



*no briefing e em extrapolação do prazo e do valor máximo definido;*

*3º) Deixou de desclassificar a GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA por fazer constar nos documentos contidos no envelope n.º 03 informação constante no Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, possibilitando a identificação da sua autoria antes da abertura do envelope n.º 02, descumprindo, portanto, o item 9.5.2 do Edital e o art. 6º, XIII e XIV da Lei 12.232/2010; além de ter apresentado campanha com utilização de recursos*

*próprios não previstos no briefing e em extrapolação do prazo e do valor máximo definido;*

*4º) Deixou de desclassificar a AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI por descumprimento aos itens 9.3.4.1; 9.3.4.2, "b"; 9.3.4.2, "a"; 9.3.4.2, "e"; 9.3.43, "a", do 40 instrumento convocatório; além de ter apresentado campanha com extrapolação do prazo definido no briefing;*

*5º) Não obstante o descumprimento do quanto disposto no ato convocatório, e, contrariamente aos arts. 41 e 48 da Lei n.º 8.666/93 e ao art. 6a, XIV, declarou classificadas as licitantes Recorridas e lhes atribuiu pontuações violando os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas técnicas;*

*6º) Apesar do fiel cumprimento às exigências do instrumento convocatório e atendimento integral ao briefing da campanha proposta, a Recorrente sofreu com o indevido desconto de pontuação, em verdadeira afronta aos princípios da isonomia, da impessoalidade, do julgamento objetivo das propostas técnicas e do art. 6º, VI, da Lei 12.232/2010. "*

Por sua vez, a Comissão Especial de Licitação ao analisar o Recurso Administrativo interposto pela empresa, decidiu:

*Pelo exposto, em respeito ao instrumento convocatório e em estrita observância aos demais princípios da Licitação, bem como amparada no relatório técnico da subcomissão técnica de julgamento, reconhecemos o recurso apresentado pela Empresa **D.M.R PUBLICIDADE E PROPAGANDA ELRELI**, tendo em vista a sua tempestividade, para no **MÉRITO NEGAR-LHE PROVIMENTO**, mantendo as pontuações dadas pela subcomissão técnica de julgamento.*

Conforme estabelece a Lei n.º 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, as propostas técnicas serão compostas de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente.

Enquanto que o conjunto de informações será composto de quesitos destinados a avaliar **a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes**; o Plano de comunicação publicitária, de acordo com o art.7º da Lei 12.232/2010, será composto por:



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

A mesma lei estabelece que as Propostas Técnicas devem ser 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. No certame em análise, a escolha da subcomissão atendeu ao que determina a lei, conforme depreende-se dos documentos acostados às fls. 604-703, que resultou na nomeação de Andréa Batista Reis, Felipe Almeida Borges e Suellen Cardoso da Silva Medeiros, que foram responsáveis pela avaliação das propostas técnicas, bem como pela análise dos recursos, nesta fase.

Em Parecer Técnico de análise dos recursos, a Subcomissão técnica de julgamento, opinou pela improcedência do recurso:

*“Aos quatorze dias de fevereiro de dois mil e vinte dois, a subcomissão técnica do Processo Licitatório 3/2021 - 001 GABIN, que trata sobre a contratação de duas agências de publicidade para a prestação de serviços especializados, recebeu da Comissão de Licitação a notificação sobre a **necessidade de revisar as peças apresentadas pelas licitantes.***

*Tal necessidade deveu-se a apresentação de recursos administrativos das concorrentes D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás, assim como as contrarrazões da Gamma Comunicação, Ivo Amaral Publicidade, D.M.R Publicidade e Propaganda e Agência Digital Carajás.*

**- Sobre a requisição da licitante Mais Comunicação de desclassificação e redução de pontos das concorrentes, entendemos que conforme análise técnica desta subcomissão nenhuma das agências licitantes deveria ser desclassificada pelos motivos apontados no recurso. De acordo com a nossa capacidade técnica, podemos constatar que todas as empresas tiveram erros, pelos quais perderam pontos durante esta etapa do processo, sempre considerando o julgamento dos itens propostos no edital.**



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



**- A respeito da solicitação da recorrente sobre a reavaliação de pontuação atribuída a ela no quesito capacidade de atendimento, informamos que diferente da análise comparativa apresentada pela licitante, avaliamos a proposta individualmente, ou seja, sem fazer comparações entre as agências."**



Ressalta-se que a Subcomissão Técnica de Julgamento é detentora de conhecimentos técnicos que a tornam apta a realizar a correta análise dos documentos referentes à proposta técnica, apurando se houve ou não o cumprimento das previsões do Edital do presente certame.

Sendo assim, quanto a este ponto, com base na análise técnica da subcomissão, **esta Procuradoria opina pela improcedência das alegações da Recorrente, devendo ser mantida a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, mantendo-se, ainda, as notas atribuídas às Recorridas e à Recorrente.**

#### 4. DAS ALEGAÇÕES DE FRAUDE À LICITAÇÃO

A Recorrente, em suas razões recursais, pugna pela anulação do procedimento, sob a alegação de ***“ocorrência de fraude no processo licitatório em voga que, indubitavelmente, macula todos os atos praticados em seu bojo e enseja o dever de anulação pela autoridade administrativa”***.

A Recorrente desenhou sua tese de fraude à licitação. Vejamos:

*A representante da Recorrente, presente na "Sessão de Recebimento dos Envelopes e Abertura das Propostas Técnicas", conferiu e exarou vista no conteúdo dos envelopes nº 01 (Plano de Comunicação - Via Não Identificada) e nº 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação).*

*Na oportunidade, manifestou verbalmente à d. Comissão de Licitação a existência de elementos de identificação nos exemplos de peças e materiais integrantes do subquesto "Ideia Criativa" da campanha "Parauapebas, tesouro da Amazônia!".*

*Especificamente, continha na "Peça 2 - Layout Outdoor - Abertura da Campanha", na "Peça 4 - Mídia Aeroporto - Painel Led", na "Peça 5 - Anúncio Revista de Avião" a indicação do número do processo licitatório, em um local que não justificava a sua presença, máxime sem que tenha havido qualquer exigência legal ou no instrumento convocatório neste sentido.*

*De acordo com o que consta na ata da sessão pública acima referenciada, a d. Comissão impediu a consignação do fato manifestado pela Recorrente, entendendo se tratar de "manifestações aleatórias e suposições de possíveis identificações".*

*No entanto, apesar de a d. Comissão ter entendido que a manifestação daquele momento não passava de mera suposição de identificação de campanha, o fato é que a Recorrente constatou, durante a Sessão de Apuração do Resultado Geral das Propostas Técnicas ocorrida em 24/01/2022, **haver indícios de falsificação de sua assinatura exatamente nas peças gráficas que indicou existir sinais de identificação da proponente.***



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Visando comprovar a fraude, a Recorrente providenciou, por suas expensas, exame grafoscópico, realizado por Juliana Trindade, perita Grafotécnica e Documental, juntado às fls. 964-968, que concluiu:

*A partir dos exames periciais ilustrados no corpo do presente Parecer Técnico Grafoscópico, comparadas aos padrões de confronto de **SARA ALVES RAMOS**, as assinaturas questionadas presentes nas PEÇAS DE PUBLICIDADE, cuja autenticidade foi questionada, apresentaram DIVERGÊNCIAS em elementos GENÉTICOS e em elementos GENÉRICOS da escrita, concluindo-se pela **INDICAÇÃO NEGATIVA DE AUTORIA GRÁFICA**.*

A Recorrente repisa a imputação de fraude do certame:

**Como se não bastasse, a falsificação da assinatura da representante da Recorrente se deu justamente por ocasião da troca das peças gráficas que anteriormente estavam identificadas, por outras iguais, mas sem o número do processo licitatório; justamente o sinal tido por esta Recorrente como suficiente para identificar a proposta técnica.**



*Não restam dúvidas, portanto, que os atos praticados no bojo do certame e aqui descritos, cuja autoria é desconhecida desta licitante, afrontam gravemente os princípios da legalidade, da moralidade e probidade administrativa e da competitividade do certame, estampados no art. 37 da Constituição Federal da República (...).*

*Por fim, considerando que a Recorrente não detém conhecimento acerca da autoria dos fatos aqui narrados, mas tão somente da sua materialidade, requer sejam encaminhados os autos do processo administrativo para o Ministério Público do Estado do Pará para a devida apuração da ocorrência de fato típico a ensejar sanções cíveis, administrativas, por improbidade e/ou criminais; requisitar diligências investigatórias ou instauração de inquérito policial; e propor as ações que entender cabíveis, a teor do que prevê o art. 129, 1, II, III e VIII da Constituição Federal.*

Quanto à alegação de fraude, a Subcomissão Técnica de Julgamento manifestou-se:

*- Em relação a suposta fraude apresentada pela recorrente D.M.R Publicidade e Propaganda (Mais Comunicação), que teria tido uma peça publicitária substituída durante o processo licitatório e que sua assinatura/rubrica teria sido falsificada, a subcomissão ficou surpresa com tal afirmação já que preza pela transparência e idoneidade de seus membros.*

*- Como previsto no ritual do Processo, nós recebemos da Comissão de Licitação os envelopes, denominados n11, devidamente lacrados e rubricados pelos representantes das agências concorrentes no dia 06/01/22. De 07 a 11/01, a subcomissão abriu e analisou individualmente as propostas contidas no envelope n° 1. Após cada análise, os mesmos foram lacrados novamente, não sendo possível comparar as rubricas existentes e/ou substituir peças de uma das concorrentes como foi alegado.*



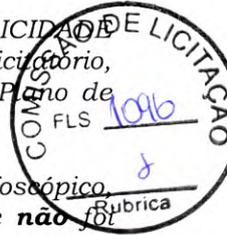
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



As três licitantes, que também assinaram o documento questionado, em contrarrazões, manifestaram-se sobre o caso, refutando veementemente o alegado.

A AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI, inconformada com a alegação, rebate as acusações, uma vez que seria a possível beneficiada com a fraude:

*De forma preponente e irresponsável, a licitante D.M.R PUBLICIDADE afirma sem provas que as peças foram trocadas no processo licitatório, com objetivo de sanar erros de identificação de autoria do Plano de Comunicação.*



*A licitante D.M.R PUBLICIDADE apresenta um parecer grafoscópico, com a análise da rubrica, porém tudo indica, que a análise não foi realizada no documento original, uma vez que as peças (instrumento da análise) se encontram no processo licitatório na sede da Prefeitura.*

*O fato da análise não ser realizada no documento original e na rubrica original já prejudica o parecer.*

*Independente, a D.M.R afirma de forma categórica que suas rubricas foram falsificadas **por um motivo: TROCA DAS PEÇAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DA AGÊNCIA CARAJAS** para correção de erros.*

*Tal afirmação é tão grave, que pode ser considerada **imputação de crime a terceiros**, seja para a Agência Carajás ou para agentes públicos da Prefeitura, pois somente com a participação dessas partes seria possível tal conduta ilegal.*

*A Agência Carajás não compactua com qualquer prática ilegal e repudia veementemente a postura da licitante DMR PUBLICIDADE, pois nem tudo é válido para ganhar, nem tudo é válido para atingir seus objetivos e a DMR PUBLICIDADE no desespero para se salvar no processo licitatório, baixou o nível, fazendo afirmações perigosas.*

*A Agência Carajás não aceitará tais alegações infundadas, que mesmo não prosperando, ainda assim geram comentários, manchando sua reputação e sua honra.*

*Caso essa pauta da DMR PUBLICIDADE prossiga, se for necessário a Agência Carajás acionará a justiça, pois tais afirmações podem ser consideradas imputação de crime.*

*A DMR PUBLICIDADE afirma que houve falsificação de rubricas, afirma que houve troca de peças da Agência Carajás no certame em busca de vantagens, **mas tenta se esquivar das responsabilidades de tais afirmações** alegando que não tem conhecimento acerca da autoria dos atos ilegais, mas tão somente de sua materialidade.*

*Ora, por favor, respeite nossa inteligência, se teria sido trocado as peças da Agência Carajás para correção de erro, isso traria vantagem direta a Agência Carajás, portanto, a DMR PUBLICIDADE identifica de forma clara o beneficiado, a Agência Carajás teria vantagem ao ter sua peça escoimada de erros.*

*Portanto, a DMR PUBLICIDADE indica a materialidade, bem como indica o beneficiado direto do ato ilegal, devendo arcar com as responsabilidade de tais afirmações infundadas.*



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Fazendo um exercício rápido de **cenário hipotético** onde as peças foram de fato trocadas, as demais assinaturas dos licitantes concorrentes e membros da comissão de licitação também foram falsificadas?



Somente assim seria possível a troca de peças, ou todas essas assinaturas foram falsificadas ou todos concorrentes e membros da comissão se encontram em conluio contra a recorrente DMR PUBLICIDADE. E curioso o parecer apresentado pela recorrente não conter a análise da autoria das demais rubricas contidas nas peças.

Diante disso, **no cenário real**, a **DMR PUBLICIDADE estaria alegando que:** Ou a Agência Carajás cometeu crime de falsificação das assinaturas de todos concorrentes e membros da Comissão de Licitação;

Ou os demais concorrentes e membros da comissão de licitação cometeram crime de fraude e conluio com a Agência Carajás;

A empresa IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA rebate as acusações:

Para que a fantasiosa fraude pudesse ser concretizada, haveria a imperiosa necessidade de que as demais 6 (seis) pessoas que igualmente assinaram a peça supostamente substituída concordassem em praticar a conduta criminosa e ainda providenciado a falsificação da assinatura da Recorrente.

Escora seus argumentos em um precário laudo pericial que através das análise de fotos das peças afirma que a assinatura Recorrente não confere com a sua identidade grafotécnica. Laudo completamente questionável e inservível para sustentar a tese fantasiosa da Recorrente.

**A RECORRIDA NÃO PARTICIPOU DE QUALQUER ATO FRAUDULENTO, EM CONJUNTO OU ISOLADAMENTE, COM QUALQUER OUTRA EMPRESA LICITANTE E NEM COM OS MEMBROS DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO.**

A própria Recorrente faz tal alegação com o intuito deliberado de tumultuar o processo e criar uma falsa impressão de ilegalidade para judicializar o certame na tentativa de anulá-lo já que se encontra em posição desfavorável na classificação geral até o presente momento.

A Recorrente em virtude de sua conduta temerária e improba não só deve ser excluída do certame como ainda ser penalizada com o reconhecimento de sua inidoneidade e, dessa forma, ficar proibida de contratar com a administração pública. Igualmente deve responder pelos seus atos nas esferas cível, criminal e administrativa.

Por sua vez, a empresa GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA também rebate as alegações:

Observa-se que a conduta da Recorrente extrapola o regular exercício do direito de petição e se enquadra como ato que embaraça e injustificadamente retarda o andamento do certame.

Laudo, que ampara as alegações da Recorrente, completamente questionável e inservível para sustentar a tese fantasiosa da

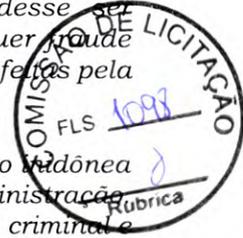


PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Recorrente. O laudo é precário feito a partir de fotos e não do documento questionado assim a conclusão de que a assinatura da Recorrente não confere com sua identidade grafotécnica não merece acolhida.

A Recorrida não identificou qualquer elemento que pudesse ser indicativo de fraude. A Recorrida não participou de qualquer fraude contra a presente licitação e, desta forma, rechaça as ilações feitas pela Recorrente.



A Recorrente deve ser excluída do certame e penalizada como inidônea e, dessa forma, ficar proibida de contratar com a administração. Igualmente deve responder pelos seus atos nas esferas cível, criminal e administrativa.

Vejamos a manifestação da Comissão de Licitação quanto ao caso:

Mais a mais, sobre a alegação da recorrente de suposta existência de fraude no certame, alegando que no dia da sessão informou à esta Comissão a existência de elementos de identificação constantes em algumas peças, e que Comissão impediu a consignação do fato manifestado e, ainda, posteriormente, na sessão de apuração do resultado geral das propostas técnicas, verificado indício de falsificação de sua assinatura em algumas peças.

Pois bem, cabe frisar o que dispõe os itens 9.2 e 9.2.5 do edital, acerca da forma de apresentação e elaboração da proposta técnica, vejamos:

"9.2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser apresentado na seguinte forma:

9.2.5. Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do envelope n° 2".** (Grifamos).

Sendo assim, não há como sustentar qualquer alegação de que houve nas peças a identificação de sua autoria, por ter constado em algumas delas a indicação do número do processo licitatório, eis que se trata de informação incapaz de possibilitar a identificação do licitante que a produziu. Inclusive, por se tratar de apresentação de proposta técnica de publicidade, a remissão ao número do processo licitatório relativo a este certame, não se mostra capaz de ser interpretada como símbolo de identificação das mesmas, podendo ser visualizado como parte da campanha.

Destarte, esta Comissão repugna a alegação da recorrente de que houve fraude neste certame, tratando-se de mera suposição infundada, sem qualquer prova concreta capaz de lhe sustentar, tendo a própria recorrente trazido na sua peça recursal que tem a memória exata da existência de sinais de identificação em algumas peças, sendo elas, peça 2 - Layout Outdoor - Abertura da Campanha, peça 4 - Midia Aeroporto - Painel Led, e na Peça 5 - Anúncio Revista de Avião, e, com base na sua memória, traz alegações descabidas.

Ressaltamos que em cada envelope há assinatura de 4 (quatro) licitantes, não só a da recorrente e que, as peças técnicas das licitantes, apesar de não ter sido numeradas sequencialmente neste processo, encontram-se em anexo e constituem parte integrante do mesmo,



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



estando todas elas devidamente rubricadas por todas as licitantes, bem como à disposição dos interessados para verificação das assinaturas.

Mais além, esta Comissão de Licitações, diante da sua inconstante busca ao interesse público na condução dos processos licitatórios destaca, tem se pautado, entre outros, no princípio do formalismo moderado, o qual dispensa uma formalidade excessiva nos processos administrativos, especialmente em relação aos atos dos particulares, para que os mesmos não venham a ser rejeitados por motivos que não prejudicariam a essência do processo, ou seja, "bastam as formalidades estritamente necessárias à obtenção da certeza jurídica e à segurança procedimental" e, assim, entende que, a mera remissão ao número do processo deste certame em algumas das peças da recorrente, não é motivo capaz de incidir no disposto no item 9.2.5 do edital e ser considerado como capaz de identificação por parte da Subcomissão de Julgamento.



**Com isso e por todo o exposto, temos que as referidas alegações da Recorrente não merecem prosperar, conforme trechos da análise técnica citada acima e os ditames do instrumento convocatório.**

Verifica-se que o documento "possivelmente fraudado", fora assinado pelas quatro participantes do certame. Ou seja, das **QUATRO** assinaturas, apenas a da Recorrente não fora reconhecida.

Ademais, para que houvesse a troca do documento, além das licitantes que assinaram a "nova" versão, a prática delituosa deveria contar com a participação da Comissão de Licitação, uma vez que esta detém a guarda e responsabilidade pelo processo, ou, quem sabe, da Subcomissão Técnica, quando do recebimento dos envelopes para análise.

Enfim, para que o enredo da Recorrente acontecesse, tal qual como alegado, **no mínimo**, o "esquema" deveria contar com a participação de **6 (seis) pessoas**. Ou seja, TODOS os demais licitantes e, pelo menos, 3 (três) servidores públicos ou 3 (três) componentes da Subcomissão Técnica, **deveriam estar imbuídos na prática de fraude à licitação**.

O que não nos parece razoável é a razão pela qual TODOS os envolvidos no processo, mesmo conhecedores das implicações da conduta criminosa, tenham se unido para prejudicar uma única licitante, curiosamente, a quarta e última colocada da fase em análise, em uma "perfeita" conspiração.

Além disso, a razão pela qual deveria ter ocorrido a troca dos documentos e implicado na falsificação da assinatura da Recorrente, é, **no mínimo**, INÚTIL, DESNECESSÁRIA, DESARRAZOADA e INCONSISTENTE, uma vez que a menção ao número do processo licitatório não encontra qualquer vedação legal ou editalícia, além de não ter o condão de identificar a licitante proponente.

Curioso também, é o fato de que o número do processo continua constando nos documentos da Recorrida que seria beneficiada, conforme se verifica na Peça 3, juntada aos demais documentos questionados. Logo, caso a menção ao número do processo fosse razão para desclassificação, a "artimanha" de substituição de apenas alguns dos documentos, não teria qualquer resultado prático.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

Convém tratarmos também do Parecer Técnico Grafoscópico, que de fato não reproduz os fatores microscópicos necessários à perícia. Não se está dizendo que não seja possível uma “análise” **grafotécnica** rarefeita, sem a existência de um papel assinado por uma caneta. Todavia, um **laudo grafotécnico** que tenha dispensado a **cartularidade** do documento objeto de análise, demonstra fragilidades.

Assim, é certo que qualquer câmera fotográfica, scanner ou fotocopiadora não reproduz os fatores microscópicos necessários à perícia. Não se está dizendo que não seja possível uma “análise” **grafotécnica** rarefeita, sem a existência de um papel assinado por uma caneta. Todavia, um **laudo grafotécnico** que tenha dispensado a **cartularidade** do documento objeto de análise, demonstra fragilidades.

Desta forma, diante da fragilidade das alegações da Recorrente, que pauta-se em acusações que não se sustentam, tampouco se comprovam; tendo em vista o princípio da presunção de veracidade dos atos administrativos, segundo o qual os atos administrativos são presumidos verdadeiros e legais até que se prove o contrário; não tendo a Administração o ônus de provar que seus atos são legais e a situação que gerou a necessidade de sua prática realmente existiu, cabendo ao destinatário do ato o encargo de provar que o agente administrativo agiu de forma ilegítima, o que não ocorreu; **opina-se pela TOTAL IMPROCEDÊNCIA do recurso.**

## 5. DA NECESSIDADE DE APURAÇÃO DAS ACUSAÇÕES DA RECORRENTE

Diante da imputação, pela Recorrente, de crime aos agentes públicos e alegação de conluio entre os licitantes, com o fim precípuo de fraudar a licitação, baseada tão somente na alegação de falsificação de sua assinatura, recomenda-se a abertura de procedimento administrativo, respeitando-se o direito ao contraditório e a ampla defesa da Recorrente, para apuração da responsabilidade e, possível, declaração de inidoneidade, podendo ficar impedida de licitar e de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 5 (cinco) anos.

Para tanto, esta Procuradoria entende necessária e imprescindível a análise pericial sobre o documento original, **devendo a perícia grafotécnica realizar a comparação microscópica entre as propriedades particularíssimas (invisíveis a olho nu)** constantes: **a)** tanto nas assinaturas (originais) verdadeiras; **b)** como também nas assinaturas questionadas. Sendo assim, recomenda-se o encaminhamento dos autos, para análise e perícia das assinaturas da Requerente. Após a emissão do laudo, recomenda-se a juntada deste ao Processo Administrativo.

Instaurado e instruído todo o processo administrativo sancionador, decorrido todos os prazos legais, produzidas as provas, aplicada a sanção pela autoridade competente do Órgão ou entidade e julgados os recursos, se houver, a Administração providenciará a execução da decisão administrativa e o registro nos sistemas adequados.

Além disso, com base nos artigos 100 e 101 da Lei de Licitações, recomenda-se que sejam tomadas todas as medidas necessárias a elucidar o caso aqui apresentado, devendo a Administração Pública, através da Comissão Permanente de Licitação registrar boletim de ocorrência policial, bem como remeter ao Ministério Público os documentos necessários para adoção das providências que entenda cabíveis, sendo de bom alvitre, nesta ocasião, dar-lhe ciência da deliberação administrativa que for adotada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Cabe alertar que, conhecida e certificada fraude, a inércia e o silêncio dos responsáveis pela condução dos processos licitatórios na adoção das providências pertinentes no sentido de que tal licitante fraudadora seja inserida no rol das licitantes inidôneas, poderá ensejar, de fato, na responsabilização solidária do agente público.

Frise-se que, tendo em vista a reconhecida necessidade do objeto, para atendimento ao interesse público, o prosseguimento do processo licitatório, já analisado, não ficará atrelado à conclusão do procedimento administrativo de apuração das condutas a ser instaurado.



## 6. DA VINCULAÇÃO AO EDITAL

Destaca-se que a Administração deve dar cumprimento às regras editalícias, as quais fazem lei entre as partes, não podendo inovar com exigências ulteriores ou diferentes daquelas previamente estabelecidas, sob pena de afrontar ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

Neste sentido é o que determina o art. 41, da Lei nº 8.666/93, vejamos:

*Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.*

E não olvidemos que o edital é a lei interna do certame e vincula as partes. Como ensina DIOGENES GASPARINI<sup>1</sup>: “[...] estabelecidas às regras de certa licitação, tornam-se elas inalteráveis a partir da publicação do instrumento convocatório e durante todo o procedimento”.

Nesse toar é a lição de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO<sup>2</sup>: “O edital constitui-se no documento fundamental da licitação. Habitualmente se afirma, em observação feliz, que é a sua lei interna”. Com efeito, abaixo da legislação pertinente à matéria, é o edital que estabelece as regras específicas de cada licitação. A Administração fica estritamente vinculada às normas e condições nele estabelecidas, das quais não pode se afastar (art. 41).

Embora não seja exaustivo, pois normas anteriores e superiores o complementam, ainda, que não reproduzidas em seu texto, como bem diz Hely Lopes Meirelles, o edital é a matriz da licitação e do contrato; daí não se pode exigir ou decidir além ou aquém do edital.

Desta forma, destacamos, ainda, que o edital nos procedimentos licitatórios é considerado como o instrumento principal de regência da licitação, já que estabelece – tanto para a Administração, quanto para os administrados – “uma pauta vinculante de prescrições, a cuja observância acham-se todos submetidos, constituindo-se na lei interna do certame, desde que em relação de harmonia, no plano hierárquico-normativo, com texto da Constituição e das leis da República.” (STF – Rel. Min. Celso de Mello – RMS 22342-SP). Devendo assim, todos os licitantes e a própria Administração manterem estrita observância aos termos ali declinados.

<sup>1</sup> GASPARINI, Diogenes. Direito Administrativo. 13ª edição. Editora Saraiva. 2008, p. 487.

<sup>2</sup> Curso de Direito Administrativo. 29ª edição. Malheiros. 2012, p. 594-5.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



### 7. Conclusão

*Ex positis*, invocando os princípios básicos norteadores dos atos administrativos, quais sejam: a legalidade, a impessoalidade, a moralidade, a igualdade, a publicidade, a probidade administrativa, a vinculação ao instrumento convocatório, o julgamento objetivo e verificando que o presente Recurso, *data vênia*, se encontra respaldado pela legislação pátria, e considerando o desenvolvimento jurídico acima, **OPINAMOS** pelo conhecimento do recurso administrativo interposto pela empresa **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, para no mérito, considerá-lo **TOTALMENTE IMPROCEDENTE**, devendo-se tomar as demais providências cabíveis, conforme fundamentação acima.

É o parecer que submetemos à consideração de Vossa Excelência, S. M. P.

Parauapebas/PA, 09 de março de 2022.

RAFAELA PAMPLONA  
DE MELO  
SANCAO:02274371105

Assinado de forma digital por RAFAELA  
PAMPLONA DE MELO SANCAO:02274371105  
DN: c=BR, o=ICP-Brasil, ou=AC SOLUTUM Multipla  
v5, ou=15555884000118, ou=Presencial,  
ou=Certificado PF A3, cn=RAFAELA  
PAMPLONA DE MELO SANCAO:02274371105  
Dados: 2022.03.09 17:04:02 -03'00'

**RAFAELA PAMPLONA DE MELO**  
ASSESSORA JURÍDICA DE PROCURADOR  
DECRETO Nº 068/2017

QUESIA SINEY  
GONCALVES  
LUSTOSA:6151882423  
4

Assinado de forma  
digital por QUESIA  
SINEY GONCALVES  
LUSTOSA:61518824234

**QUÉSIA SINEY G. LUSTOSA**  
PROCURADORA GERAL DO MUNICÍPIO  
DECRETO Nº 233/2019





PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO

DECISÃO ADMINISTRATIVA

Assunto: Recurso Administrativo

Recorrido: Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

**EMENTA: Processo de Licitação. Concorrência nº 3/2021-001 GABIN.**

**Objeto:** Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

**Recorrente: AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI.**

1. Relatório

Trata-se de processo de licitação, na modalidade de Concorrência, que visa a contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Consta nos autos que a Recorrente **AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**, inconformada com a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, interpôs recurso administrativo alegando que atendeu às exigências editalícias, em especial quanto à adequação do seu Plano de Comunicação Publicitário com as exigências dos itens 10.2 e seguintes do instrumento convocatório, requerendo a revisão de sua nota; bem como alegando a necessidade de desclassificação das Propostas Técnicas das licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA** e **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI** e revisão, a menor, da nota da empresa **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** (fls. 813-858).

Em atenção ao § 3º do artigo 109, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, as demais licitantes foram intimadas da interposição do recurso (fls. 988), tendo as licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA**, **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI** e **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** apresentado contrarrazões.

A Comissão de Licitação, em análise fundamentada, decidiu manter a decisão guerreada (fls. 1051-1068), com base em manifestação técnica da Subcomissão Técnica de Julgamento (fls. 1048-1049).

Em seu parecer, a D. Procuradoria Geral do Município opina pela total improcedência do recurso.

É a síntese do processo.

João José Corrêa  
Chefe de Gabinete  
Dec. 049/2021

RECEBEMOS

Em 08/07/2021 às \_\_\_\_\_ hs  
CLC - CENTRAL DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

*Amorim*



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO



## 2. Fundamentação

Sabe-se que a autoridade competente detém a faculdade de, para a prática de um ato, motivá-lo mediante remissão aos fundamentos de parecer formulado por sua Procuradoria Jurídica, à luz da teoria da motivação *per relationem ou aliunde*.

Nesse sentido é o posicionamento do Supremo Tribunal Federal, como se verifica abaixo:

*EMENTA: I. Presidente da República: competência para prover cargos públicos (CF, art. 84, XXV, primeira parte), que abrange a de desprover a qual, portanto é susceptível de delegação a Ministro de Estado (CF, art. 84, parágrafo único): validade da Portaria do Ministro de Estado que, no uso de competência delegada, aplicou a pena de demissão ao impetrante. Precedentes. (...). 1. Nada impede a autoridade competente para a prática de um ato de motivá-lo mediante remissão aos fundamentos de parecer ou relatório conclusivo elaborado por autoridade de menor hierarquia (AI 237.639-AgR, 1ª T., Pertence, DJ 19.11.99). 2. Indiferente que o parecer a que se remete a decisão também se reporte a outro parecer: o que importa é que haja a motivação eficiente - na expressão de Baleeiro, controlável a posteriori. (...). (MS 25518, STF, órgão julgador: Tribunal Pleno. Rel. Min. Sepúlveda Pertence, data do julgamento: 14/06/2006).*

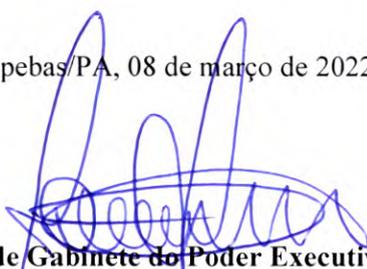
Posto isso, concordo e acolho *in totum* a fundamentação apresentada no Parecer Jurídico da Procuradoria Geral do Município, que faz parte integrante desta decisão, para negar provimento ao presente recurso administrativo.

## 3. Conclusão

Desse modo, considerando o desenvolvimento jurídico acima, conheço do recurso administrativo interposto para, no mérito, NEGAR TOTAL PROVIMENTO.

Registre-se e intime-se.

Parauapebas/PA, 08 de março de 2022.

  
Chefe de Gabinete do Poder Executivo

João José Corrêa  
Chefe de Gabinete  
Dec. 049/2021



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO

**DECISÃO ADMINISTRATIVA**



**Assunto: Recurso Administrativo**

**Recorrido:** Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

**EMENTA:** Processo de Licitação. Concorrência nº 3/2021  
001 GABIN.

**Objeto:** Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

**Recorrente:** D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI.

**1. Relatório**

Trata-se de processo de licitação, na modalidade de Concorrência, que visa a contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

Consta nos autos que a Recorrente **D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, sob alegação de fraude à licitação, interpôs recurso administrativo requerendo a anulação do certame, tendo juntado laudo grafotécnico para subsidiar o pedido. Além disso, inconformada com a ordem de classificação resultante da análise das Propostas Técnicas, defende a adequação de sua Proposta Técnica com as exigências editalícias, requerendo a revisão de sua nota; bem como alegando a necessidade de desclassificação das Propostas Técnicas das licitantes **IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA; GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJAS EIRELI**.

Em atenção ao § 3º do artigo 109, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, as demais licitantes foram intimadas da interposição do recurso (fls. 988), tendo as licitantes **GAMMA COMUNICAÇÃO LTDA, D.M.R. PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI e IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA** apresentado contrarrazões.

João José Corrêa  
Chefe de Gabinete  
Dec. 049/2021

RECEBEMOS

Em 13/10/2021 às \_\_\_\_\_hs  
CLC - CENTRAL DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

*Amelice*



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO



A Comissão de Licitação, em análise fundamentada, decidiu manter a decisão guerreada (fls. 1069-1082), com base em manifestação técnica da Subcomissão Técnica de Julgamento (fls. 1048-1049).

Em seu parecer, a D. Procuradoria Geral do Município opina pela total improcedência do recurso.

É a síntese do processo.



## 2. Fundamentação

Sabe-se que a autoridade competente detém a faculdade de, para a prática de um ato, motivá-lo mediante remissão aos fundamentos de parecer formulado por sua Procuradoria Jurídica, à luz da teoria da motivação *per relationem ou aliunde*.

Nesse sentido é o posicionamento do Supremo Tribunal Federal, como se verifica abaixo:

*EMENTA: I. Presidente da República: competência para prover cargos públicos (CF, art. 84, XXV, primeira parte), que abrange a de desprovê-los, a qual, portanto é susceptível de delegação a Ministro de Estado (CF, art. 84, parágrafo único): validade da Portaria do Ministro de Estado que, no uso de competência delegada, aplicou a pena de demissão ao impetrante. Precedentes. (...). 1. **Nada impede a autoridade competente para a prática de um ato de motivá-lo mediante remissão aos fundamentos de parecer ou relatório conclusivo elaborado por autoridade de menor hierarquia** (AI 237.639-AgR, 1ª T., Pertence, DJ 19.11.99). 2. Indiferente que o parecer a que se remete a decisão também se reporte a outro parecer: o que importa é que haja a motivação eficiente - na expressão de Baleeiro, controlável a posteriori. (...). (MS 25518, STF, órgão julgador: Tribunal Pleno. Rel. Min. Sepúlveda Pertence, data do julgamento: 14/06/2006).*

Posto isso, concordo e acolho *in totum* a fundamentação apresentada no Parecer Jurídico da Procuradoria Geral do Município, que faz parte integrante desta decisão, para negar provimento ao presente recurso administrativo.

João José Corrêa  
Chefe de Gabinete  
Dec. 049/2021

## 3. Da juntada de novo laudo pericial

Após análise do recurso administrativo pela Procuradoria Geral do Município, a licitante IVO AMARAL PUBLICIDADE LTDA apresentou manifestação técnica quanto à realização da perícia apresentada pela Recorrente.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS  
GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO



O novo laudo juntado aos autos, foi elaborado por Verena Meireles da Costa, pós-graduada em Ciências Forenses e Perícia Criminal, especialista em Perícia Judicial e Documentoscopia Avançada, especialista em prevenção de detecção de fraudes.

Do laudo, cabe citar os seguintes trechos:

*Fazer análises grafotécnicas em cópias reprográficas imagens escaneadas é um caminho ainda muito discutido dentro das perícias, muitos autores atestam que é uma análise possível, porém limitante, não permitindo assim termos ou conclusões categóricas de exclusão ou autoria da assinatura, principalmente quando se é necessária a ampliação ou diminuição da imagem questionada. (...)*

*Para uma perfeita identificação e visualização desses hábitos será necessário que a peça questionada esteja bem nítida, ou seja, quando passa por uma ampliação, diminuição ou fotocopiada, algumas características extremamente importantes podem passar despercebidas.(...)*

*Concluo em virtude da leitura do parecer técnico e de diversas literaturas de autores renomados, que a análise grafoscópica em documentos que não sejam originais é possível, porém muito limitada, não tendo como determinar com algum grau de certeza a exclusão categórica de que a assinatura não foi feita do mesmo punho que os padrões mostrados no parecer em questão.*

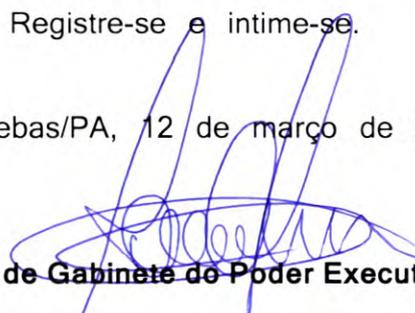
Verifica-se que o parecer técnico juntado vai ao encontro do já debatido pela PGM, acabando por macular a validade da análise juntada pela Recorrente.

#### 4. Conclusão

Desse modo, considerando o desenvolvimento jurídico acima, bem como o laudo técnico acostado posteriormente, conheço do recurso administrativo interposto para, no mérito, NEGAR TOTAL PROVIMENTO, devendo dar seguimento ao processo licitatório e serem tomadas as providências recomendadas pela assessoria jurídica, em processo administrativo apuratório.

Registre-se e intime-se.

Parauapebas/PA, 12 de março de 2022.

  
Chefe de Gabinete do Poder Executivo

João José Corrêa  
Chefe de Gabinete  
Dec. 049/2021