



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DA BAHIA – CRO/BA

PREGÃO ELETRÔNICO nº 004/2024

PROCESSO Nº 022/2024

MICHELLE KVIATKOSKI DA CRUZ, brasileira, solteira, CPF 046.072.189-52, RG 9.549.591-5, advogada 81.431/PR, com endereço Avenida Winston Churchill, 1824, sala 217, bairro Pinheirinho, CEP: 81.130-000, Curitiba/PR.

DA TEMPESTIVIDADE

Cumpra esclarecer que a presente impugnação, são plenamente tempestivas, visto que, observando o disposto nos no Edital, impugnamos e apresentamos nossas dúvidas acerca do ato convocatório dentro do prazo de 03 dias úteis anteriores à data fixada para a abertura da licitação.

ASSUNTO: DO OBJETO DA LICITAÇÃO – CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO MULTIDISCIPLINAR PARA O CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DA BAHIA – CRO/BA- CONSIDERAÇÕES QUANTO AS REGRAS EDITALÍCIAS *VERSUS* A LEGISLAÇÃO VIGENTE. CONSIDERAÇÕES IMPORTANTES.

DOS FATOS IMPUGNADOS:

1) – No edital nº **004/2024**, a entidade licitadora, CRO/BA – Autarquia Federal – deseja contratar serviços de imprensa e comunicação por meio da modalidade de licitação PREGÃO, contudo, essa opção praticada, é EXPRESSAMENTE, vedada pela legislação vigente. Antes mesmo de



+55 41 98881-0467



mkc.advocacia@gmail.com



mkc-adv.com.br



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

adentrarmos na escolha da modalidade de licitação, vejamos com detalhes as atividades/objeto licitadas:

1.OBJETO 1.1. Constitui objeto do presente processo licitatório a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de assessoria de comunicação multidisciplinar para o Conselho Regional de Odontologia da Bahia - CRO-BA. 1.2. Os serviços prestados devem contemplar: consultoria de comunicação; planejamento e assessoria de comunicação, associados e formadores de opinião; consultoria, planejamento e execução de estratégias e ações de relacionamento; auxílio no planejamento e execução de comunicação interna; edição e produção de publicações impressas e digitais, como revistas, newsletter, sites, portais; elaboração e execução de apresentações e mini campanhas institucionais; criação, produção e diagramação de material gráfico; consultoria de risco à imagem, planejamento e gerenciamento de crises, visando o atendimento de necessidades específicas, das finalidades institucionais da entidade, obedecidas as condições, requisitos e exigências estabelecidos no presente termo de referência.

(...)

3.1.43. Produção e diagramação de peças institucionais para impressão e/ou veiculação digital, tais como: faixas, banners, cartazes, folders, folhetos, manuais, convites, cartilhas, malas diretas, flyers para redes sociais, entre outros. 3.1.44. Produção de peças institucionais de eventos para divulgação à classe odontológica e à sociedade, prevendo a aplicação de no mínimo os seguintes formatos: a. peças de redes sociais: capa, feed e stories; b. capa para WhatsApp; c. capa para canal do YouTube; d. banner para o sítio eletrônico; e. outros. 3.1.45. Produção de peças de redes sociais e mídia paga. 3.1.46. Produção de certificados diversos, sob demanda. 3.1.47. Produção, edição e diagramação de projetos gráficos para revista digital e/ou impressa, de até 35 (trinta e cinco) páginas, após



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

aprovação de pauta, fotos, textos e demais serviços necessários para publicação.

Inegável que a contratação pretendida é alocação de postos, e não uma pura e simples contratação de prestação de serviços.

Importante diferenciamos as formas de contratações, e as necessidades administrativas, observa-se de forma pontual as duas espécies de contratação para compreendermos pontualmente que as disposições previstas em sede edital, para concluirmos de antemão que não deverá prevalecer.

Na prestação de serviços, é quando a contratante precisa de determinado objeto certo e determinado, quando não importa a qualificação da equipe, e tampouco, se haverá dois, três ou 100 prestadores de serviço necessários para a execução.

Hipoteticamente, quando a contratante precisa de alimentação para determinados servidores, deflagra uma licitação para entrega pontual de 300 marmitas diárias, a empresa do Zezinho Feijão Bom, participa da licitação e vence.

E ele sabe que a demanda é específica, que todos os dias terá que entregar 12h as 300 marmitas.

Agora, pouco importa para a contratante se serão 10 ou 100 cozinheiros necessários para essa demanda. O que importa é a entrega com a qualidade e quantidade previamente estabelecida entre as partes por meio do instrumento contratual.

Vejam que a demanda é certa e determinada, não há que falar em jornada fixa de trabalho – “DISPONIBILIZAÇÃO DESTE PROFISSIONAL RESIDENTE POR 04 HORAS DIÁRIAS PARA REALIZAÇÃO DE SERVIÇOS IN LOCO” - previsão do edital impugnado.

Em outra banda, há que se considerar que pode a administração fixar previamente que haja alocação de postos de serviços, jornada fixa a ser executada, exigir qualificação para determinados postos. Enfim, aqui não se discute a possibilidade de exigências.

Mas o que se questiona é a incongruência de se publicar um edital para prestação de serviços, e exigir jornada fixa e pessoas determinadas. Há aqui uma grande confusão que deverá ser avaliada e corrigida antes que ocorra a sessão no dia 08/05/2024.



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

Essas previsões impostas e sugeridas em sede de edital afronta diretamente as regras trabalhistas.

Ainda há que se considerar que o edital da forma que está, além de ferir diretamente a legislação trabalhista, como acima descrito, fere também, a isonomia do certame.

Conforme a disposição legal da Lei 12.232/2010 **a única modalidade** permitida para a contratação de Serviços especializados de Comunicação, **É A MODALIDADE CONCORRÊNCIA**, que poderá ser escolhida pela “técnica” ou “técnica e preço”. Desta forma, jamais ser pela modalidade Pregão Eletrônico “menor preço”.

Nota-se que no Edital de Licitação nº 004/2024, a Lei 12.232/2010 não foi citada tampouco incluída no Edital supracitado, contudo, destaca-se que as previsões legais tratadas são OBRIGATÓRIAS para o objeto que se pretende licitar.

Vejamos como prevê a supracitada lei: “Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.”

Incontestável que a para os serviços DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE, é obrigatória a observância da lei supracitada.

Diante da desconsideração total ao regramento legal, importante destacar alguns nortes pontuais previstos nos artigos 5º, 6º, 20 e ss, da Lei 12.232/2010. Senão vejamos:

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no [art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do [art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), **com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:**



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - **a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária**, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - **o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias**, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - **a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário**;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e

formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

(...)

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

§ 2º O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no caput do art. 2º desta Lei.

§ 3º O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos

servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública.

Art. 20-B. Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos:

I - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa; e (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

As disposições do art.6º, da Lei 12.232/2010, disciplina de uma série de deveres específicos que não são abordados pela legislação Nº 14.133/2021, por motivos claros: a Lei 14.133/2021 é geral a todo e qualquer tipo de contratação, por outro lado, a lei 12.232/2010 prevê ordenamento específico para as contratações cujo objeto seja comunicação e publicidade.

Conclui-se, portanto, que sua observância e aplicação ora discutidas são **obrigatórias para o edital 004/2024**, cujo objeto pretendido pelos senhores, o qual se repete: **“PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO ”**

Embora a Lei 12.232 seja de 2010, importante constar que as alterações ocorreram recentemente e, portanto, aplicável a todos os Órgãos públicos, seja na esfera administrativa direta ou indireta.

Em todo o país, diversas impugnações aos editais licitatórios – cuja modalidade escolhida de forma equivocada, surtiram efeito, quando por um lapso interno da administração, não se ativeram as implicações legais, ignorando completamente as alterações legislativas.



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

Vejamos um dos muitos casos que ocorreu a REVOGAÇÃO do edital:

“Revogação Solicitando impugnação do processo, a Abracom requer que a seleção por pregão eletrônico seja revogada e reiniciada como concorrência pelos quesitos “Melhor técnica” ou “Técnica e preço”. **A entidade argumenta que o Inca, vinculado ao Ministério da Saúde, não seguiu as normas da Lei 14.356/2022. A nova legislação incorporou as licitações dos órgãos públicos para a contratação de agências de comunicação corporativa e de comunicação digital à conhecida Lei 12.232, que vinha regulando desde 2010 as seleções de agências de publicidade.**

A concorrência, embora com verba pequena - R\$ 1,5 milhão –, segundo a Abracom deve seguir a legislação vigente, considerando que, assim como a publicidade, serviços de comunicação corporativa e de comunicação digital não são de natureza genérica, e sim de predominância intelectual. E que a melhor escolha para o serviço público é ter uma agência que atenda a critérios técnicos, não somente aquela que cobrar mais barato.

O órgão utiliza a assessoria de comunicação corporativa tanto para seus contatos com o público interno, através de seus próprios canais, como em campanhas de interesse público, voltadas para a prevenção ao câncer e a manutenção da saúde.”

Desta feita, as razões e fundamentações que levaram o legislador a incluir tais disposições legais peculiares ao caso.

A ABRACOM de forma pontual, certa e cirúrgica, assim esclarece em diversas impugnações que realiza em todo o território nacional, **quando se depara com contratações de serviços de comunicação social por meio da modalidade Pregão, afronta direta as previsões legais.**

Vejamos as sabias colocações:



+55 41 98881-0467



mkc.advocacia@gmail.com



mkc-adv.com.br



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

Inicialmente, para se verificar qual a modalidade de licitação a ser aplicada para necessária contratação de produtos e serviços, bem como qual o critério de julgamento a ser utilizado, é importante destacar a natureza jurídica daquilo que se busca contratar.

No caso da Comunicação, *lato sensu*, ressalta-se que a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, passou a dispor sobre licitações e contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, no seguinte sentido:

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo

Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021;

§ 2º Os serviços de que trata o parágrafo anterior, devido às suas peculiaridades, **são de natureza intelectual, intangível e indivisível.**

Ou seja, claramente os serviços de comunicação/publicidade são considerados como de natureza intelectual, intangível e indivisível.

Somado a isso, salienta-se que a Lei nº 12.232/10, que, além de dispor sobre as normas gerais para licitação e contratação, pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, passou a prever, também, disposições sobre os serviços de Comunicação Institucional, por meio das alterações trazidas pela Lei nº 14.356/22, a saber:

Art. 20-A. **A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.** (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 2º O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no caput do art. 2º desta Lei. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 3º O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

Art. 20-B. Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos: (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

I - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa; e (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

Assim, vide o que dispõe o art. 5º da Lei supracitada:

Art. 5º. As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, **adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”**.

Portanto, fica evidente que é uma possibilidade à Administração que adote, como tipo de julgamento para a contratação dos serviços retromencionados, a *“melhor técnica”* ou a *“técnica e preço”*.

A diferença entre esses tipos de julgamento, por sua vez, está evidenciada nos artigos 35 e 36 da Lei nº 14.133/21. Veja-se:

Art. 35. **O julgamento por melhor técnica** ou conteúdo artístico **considerará exclusivamente as propostas técnicas** ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e **o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores**.

Parágrafo único. **O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo poderá ser utilizado para a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística**.

Art. 36. **O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação**, segundo fatores objetivos previstos no edital, **das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta**.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

II - serviços majoritariamente dependentes de tecnologia sofisticada e de domínio restrito, conforme atestado por autoridades técnicas de reconhecida qualificação;

III - bens e serviços especiais de tecnologia da informação e de comunicação;

IV - obras e serviços especiais de engenharia;

V - objetos que admitam soluções específicas e alternativas e variações de execução, com repercussões significativas e concretamente mensuráveis sobre sua qualidade, produtividade, rendimento e durabilidade, quando essas soluções e variações puderem ser adotadas à livre escolha dos licitantes, conforme critérios objetivamente definidos no edital de licitação.

§ 2º No julgamento por técnica e preço, deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica.

§ 3º O desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública deverá ser considerado na pontuação técnica, observado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 88 desta Lei e em regulamento.

Nesse sentido, vide o quão positiva é a adoção do critério de julgamento referente à “*técnica e preço*”, uma vez que, através dele, é possível aliar a melhor técnica ao melhor preço, o que é muito benéfico à Administração e caminha em paralelo ao interesse público, bem como à vantajosidade e à economicidade.

Destarte, uma vez que, pela natureza predominantemente intelectual dos serviços de comunicação/publicidade, não há como amoldá-los ao formato de bens e serviços comuns, e, portanto, resta inviável a tentativa de contratá-los por meio de Pregão.

Os serviços em questão não podem ser definidos por padrões de desempenho e qualidade, objetivamente, no Edital, tendo em vista que se você apresenta um *briefing* para 5 empresas, serão apresentadas 5 propostas completamente diferentes, tanto no âmbito da criação, quanto em relação à estratégia de veiculação, por exemplo. Por isso, são especiais e podem ser contratados por meio de licitação cujo critério de julgamento seja a “*melhor técnica*” ou “*técnica e preço*”.

Observe-se que o art. 37 da Lei nº 14.133/21 explicita como se dará esse julgamento, prezando a qualidade das propostas licitantes, a saber:

Art. 37. O julgamento por melhor técnica ou por técnica e preço deverá ser realizado por:

I - **verificação da capacitação e da experiência do licitante**, comprovadas por meio da apresentação de atestados de obras, produtos ou serviços previamente realizados;

II - **atribuição de notas a quesitos de natureza qualitativa por banca designada para esse fim**, de acordo com orientações e limites definidos em edital, considerados a **demonstração de conhecimento do objeto, a metodologia e o programa de trabalho, a qualificação das equipes técnicas e a relação dos produtos que serão entregues**;

III - **atribuição de notas por desempenho do licitante em contratações anteriores aferida nos documentos comprobatórios** de que trata o § 3º do art. 88 desta Lei e em registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

Portanto, é bastante vantajosa à Administração a utilização do tipo de julgamento referente à *“técnica e preço”*, que alia qualidade à economicidade. Em que pese sua diferenciação em relação ao critério da *“melhor técnica”*, não fica para trás em termos de vantajosidade, pois será mais bem pontuada a empresa que conseguir aliar a qualidade técnica de sua proposta a um preço condizente com o interesse público, permitindo ao gestor a contratação de um serviço de qualidade pelo valor que mais lhe favorece.

Somado a isso, é importante salientar que a Lei nº 12.232/10 não deve ser aplicável à Comunicação Institucional e Digital apenas no que diz respeito ao disposto em seu artigo 5º, conforme supracitado, uma vez que o próprio Tribunal de Contas da União já demonstrou que, tendo em vista o intuito de adotar as melhores práticas para a contratação desses serviços, deve-se

aplicar o conteúdo disposto na referida Lei. Senão, vide o que dispõe o Acórdão nº 6.227/2016, da Segunda Câmara:

Por seu turno, a proposta para que seja enviada recomendação à Secom/PR no sentido de que avalie a possibilidade de adoção de boas práticas para os processos de contratação de serviços de comunicação digital, a exemplo daquelas previstas na Lei nº 12.232, 2010, mostra-se bastante pertinente na medida em que a adoção dessas providências pode dificultar o eventual direcionamento na condução do procedimento licitatório, em atendimento aos princípios da isonomia e do julgamento objetivo, estando, assim, alinhada com os princípios norteadores da administração pública, em geral, e da licitação pública, em particular.

Assim, observe-se que a Lei 12.232/10 dispõe, em seu art. 6º, V, que o Edital deverá prever a apresentação de uma proposta de preços, a saber:

Art. 6º. A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2o, e às seguintes:

[...]

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário; (g.n.)

Essa proposta, então deverá observar as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, o que traz equilíbrio à relação jurídica.

Desta feita, além de legal, a utilização do tipo de julgamento da “*técnica e preço*” para a contratação dos serviços de comunicação/publicidade respeita os princípios administrativos da isonomia, da escolha da proposta mais vantajosa, da economicidade, dentre outros.

Senhores, não existe nenhum embasamento legal para que o Edital nº 004/2024 seja realizado sem observar todas as especificidades da Lei 12.232/2010, nos moldes que se apresenta é flagrante a sua ilegalidade – ainda mais por eleger como pregão a modalidade licitatória.



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

Ao gestor público, sabe-se muito bem, que está diretamente ligado ao princípio da legalidade estrita, não podendo de forma alguma agir contrário a legislação vigente.

A Administração Pública somente pode fazer o que for expressamente autorizada pela lei. Desta forma, toda e qualquer atividade da Administração deve estar estritamente vinculada à lei, não cabendo aos agentes públicos realizarem atos ou atividades sem previsão legal.

Essa obrigatoriedade está intimamente ligada ao princípio da indisponibilidade do interesse público: o administrador não pode agir como ele quiser dentro da Administração. Por este princípio, os bens, serviços e interesses da coletividade devem ser resguardados pelo administrador.

Dentro da Administração não há que se falar em “vontade do administrador”, a única vontade que deve prevalecer é a “vontade da lei”, não podendo o administrador dispor dos interesses coletivos como se estivesse dispondo dos seus próprios interesses particulares.

Portanto, roga-se pela observância e inclusão da Lei 12.232/2010 no Edital 004/2024, para que seja adequado as previsões legais nos termos e pontos acima especificados, em especial a inclusão dessa norma considerando o objeto licitado, e mais, as particularidades constantes no art. 6º, em que prevê uma série de deveres inclusive que estabelece que a modalidade Concorrência de licitação é a correta para o objeto licitado - de comunicação -, E JAMAIS POR MEIO DA MODALIDADE PREGÃO – QUE SE BASEIA UNICAMENTE EM PREÇO.

Ao gestor público, sabe-se muito bem, que está diretamente ligado ao princípio da legalidade estrita, não podendo de forma alguma agir contrário a legislação vigente.

A Administração Pública somente pode fazer o que for expressamente autorizada pela lei. Desta forma, toda e qualquer atividade da Administração deve estar estritamente vinculada à lei, não cabendo aos agentes públicos realizarem atos ou atividades sem previsão legal.

Essa obrigatoriedade está intimamente ligada ao princípio da indisponibilidade do interesse público: o administrador não pode agir como ele quiser dentro da Administração. Por este princípio, os bens, serviços e interesses da coletividade devem ser resguardados pelo administrador.



MICHELLE KVIATKOSKI CRUZ

Derradeiramente, roga-se pela observância e inclusão da Lei 12.232/2010 no EDITAL nº 004/2024, para que seja adequado as previsões legais nos termos e pontos acima especificados, em especial a inclusão dessa norma considerando o objeto licitado.

Senhores, quando impugnamos Editais de Pregão afirmando a sua ilegalidade, o que visamos é que seja dada a real importância a todos os comunicadores, jornalistas, publicitários desse país, que traçam atividades diárias de suma importância para a sociedade em que vivemos – inegável o altíssimo número - que está em crescente - de analfabetos funcionais, observe-se como é importante a figura do jornalista em todos os atos de comunicação social dos órgãos, pois isso alcançara pessoas informadas e outras nem tanto, mas ressalta-se que a informação tem que ser clara, objetiva e certa para o primeiro grupo e também para o segundo.

Derradeiramente, insistimos que para o objeto licitado, **IMPRESINDÍVEL QUE A MODALIDADE DE LICITAÇÃO SEJA CONCORRÊNCIA – pela “técnica” ou “técnica e preço”.**

2) – DOS PEDIDOS

Conforme os fatos e argumentos apresentados nesta impugnação, solicitamos como lúdima justiça que:

A – A peça da impugnante seja conhecida para, no mérito, ser DEFERIDA INTEGRALMENTE, pelas razões e fundamentos expostos;

B – Caso a Comissão opte por não manter sua decisão, REQUEREMOS que, com fulcro no Princípio do Duplo Grau de Jurisdição, seja remetido a impugnação para apreciação por autoridade superior competente.

Termos em que,

Pede Deferimento.

Michelle Cruz

OAB/PR 81.431