



PARECER RECURSOS TOMADA DE PREÇOS Nº 2.2022.005-PMT

RECORRENTES: FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI.

RECORRIDA: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ.

SINTESE DO CASO

Trata-se de Recursos Administrativos interpostos pelas licitantes ao norte identificadas, tempestivamente, que em síntese, atacam a decisão proferida pela Comissão Permanente de Licitação-CPL na sessão de realizada no dia 08/06/2022 às 14h00min, em relação às notas atribuídas para o Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Após a apresentação dos aludidos recursos, considerando-se o seu teor técnico, os mesmos foram submetidos à análise da Subcomissão Técnica e posteriormente à Comissão Permanente de Licitação-CPL. Desta análise, foram emitidos dois pareceres e o caso foi trazido para análise jurídica. Este é o breve relatório.

DO PARECER DA SUBCOMISSÃO

Conforme esclarecido ao norte, houve um enfrentamento dos argumentos questionados em sede recursal pelos inconformados, sendo a análise especializada, minuciosa e extremamente completa. E, segundo esta assessoria, sobretudo pela sua natureza técnica, irretocável, cabendo sua transcrição *in verbis* nesta oportunidade:

*A Subcomissão Técnica, da Tomada de Preços Nº 2.2022.005-PMT, formada por 03 (TRÊS) membros escolhidos mediante sorteio em sessão pública, sendo que 02 (DOIS) integrantes possuem vínculo contratual direto com a Prefeitura Municipal de Tucumã e 01 (UM) integrante sem nenhum vínculo direto ou indireto com a PMT, que tem por objetivo a contratação de uma empresa para PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL, consoante condições apresentadas no edital e seus anexos, em 28/06/2022 recebeu da Comissão Permanente de Licitação-CPL os recursos administrativos (razões e contrarrazões) apresentados pelas empresas licitantes **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA e AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, os quais apreciamos e emitimos o presente relatório final.*

Após as fases da concorrência, seguindo os ritos estabelecidos no referido edital, com a previsão da realização de 4 (quatro) sessões públicas, sendo que já foram realizadas 2 (duas) sessões: a primeira para recebimento dos envelopes nº 01, 02, 03 e 04 com a abertura dos envelopes nº 01 e 03 e, a segunda com a abertura do envelope nº 02 relevando o conteúdo do envelope nº 01 da via não identificada e apurando a pontuação atribuída pelos membros da Subcomissão.

Observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação vigente todo o conteúdo dos envelopes nº 01 e 03 referentes às Propostas Técnicas foi remetido para os membros



da Subcomissão Técnica a quem legalmente compete julgá-los. Os membros da Subcomissão necessitaram de dois dias para analisar e julgar as propostas, realizando uma sessão no dia 01/06/2022 e outra no dia 02/06/2022. Foram lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, pelos membros desta Subcomissão Técnica e pelos representantes das licitantes presentes, verifica-se que os atos formais nas fases até aqui realizadas foram amplamente seguidas ou conhecidas pelas empresas concorrentes e, que esta Subcomissão Técnica seguiu o regramento previsto no edital, bem como os atos procedimentais do certame, de acordo com os documentos disponibilizados pela Prefeitura de Municipal de Tucumã.

No relatório aqui apresentado, não iremos detalhar as questões apresentadas dos recursos das concorrentes e nem entrar em debates comparativos de uma proposta ou outra. Esse procedimento foi feito e dado às concorrentes o direito ao questionamento, assim como às respostas e justificativas foram apresentadas por esta Subcomissão Técnica de forma tempestiva em cada fase e sessão que compôs o edital. Ou seja, foram tornadas públicas todas as justificativas sobre o julgamento a que cabiam a esta Subcomissão Técnica apresentar, não havendo, portanto, necessidade de se repeti-las aqui neste documento que tem o papel de legitimar o resultado a partir de uma análise geral do processo.

Todo o trabalho teve início com o procedimento de leitura, análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas, seguiu o formato definido no edital desse processo em conformidade com a aceitação das empresas concorrentes, pois o item 7.4 esclarece que:

A participação na presente TOMADA DE PREÇOS implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta TOMADA DE PREÇOS; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

A cada fase da sessão de julgamento da Proposta Técnica e posterior publicação do resultado, os prazos legais de interposição de recursos e das contrarrazões foram rigorosamente cumpridos. O julgamento das propostas foi feito por esta Subcomissão Técnica composta por profissionais altamente qualificados na área da Comunicação, experientes na participação de concorrências nessa modalidade. Importante ressaltar que, conforme o edital no item 19.2.6, alínea b):

Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;



A análise individual é elaborada de forma independente por cada membro da Subcomissão Técnica por se tratar de uma modalidade com relativo teor de subjetividade na questão técnica apresentada. Durante a análise, cada membro desta Subcomissão Técnica faz o julgamento individualizado atribuindo notas, conforme limites estabelecidos no edital, de todos os quesitos integrantes da proposta técnica, que após a conclusão foram remetidas à Comissão Permanente de Licitação.

Ainda na questão da “subjetividade” das propostas há que se considerar que as avaliações em um certame de natureza técnica terão sempre um certo teor de subjetividade na interpretação dos julgadores, por não se tratar de uma regra matemática fechada, quando se trata de convencimento para a mudança de comportamento da população em relação ao lixo doméstico. Há de se entender, as licitantes recorrentes, que na apreciação da criatividade e da arte, mesmo que inconsciente, o julgador poderá imprimir sua própria impressão, sem que isso seja uma irregularidade, especialmente neste caso, em que o conteúdo principal estava na via não identificada, assim não há sequer, a mínima possibilidade de desrespeito ao princípio constitucional da impessoalidade no julgamento, que a nosso ver o mesmo foi objetivo e orientado nos termos do Edital.

Por isso, que para esse tipo de concorrência escolhe-se profissionais conhecedores das técnicas persuasivas em comunicação pública, hábitos da população local quanto aos usos de ferramentas de comunicação, cultura do pertencimento ao município, etc. Esses e outros elementos subjetivos foram utilizados na análise como base dos pontos avaliados de cada proposta, como se apresenta abaixo:

12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Raciocínio Básico

a. Conhecimento da história e da natureza institucional da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ, suas atividades e principais linhas de produtos e serviços, o contexto do social, político e econômico e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.

b. Acuidade de compreensão das funções e do papel da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ nos contextos social, político e econômico.

c. Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ com seus públicos.

d. Compreensão dos desafios e do problema de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ a ser enfrentado.

e. Compreensão das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas.

12.2.1.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

a. A adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE



TUCUMÃ e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.

b. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos.

c. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ com os seus públicos.

d. 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 TUCUMÃ e a qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital.

e. A capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.

12.2.1.3 IDEIA CRIATIVA

a. A sua adequação à estratégia de comunicação publicitária e aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ.

b. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.

c. A abrangência dos segmentos de público contemplada por essas interpretações, adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

d. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.

e. Sua pertinência às atividades da PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.

f. A exequibilidade das peças e a sua compatibilização aos meios propostos.

Como se percebe e, é de conhecimento das empresas participantes, desde que aceitaram concorrer no referido processo, praticamente todo o objeto que trata o edital tem caráter



objetivo e subjetivo girando em torno de criação publicitária, portanto uma obra aberta a diversas interpretações, até mesmo pela população quando a esta é aplicada pesquisa de caráter qualitativo como teste antes do lançamento de grandes campanhas.

O resultado nunca é unânime justamente por se tratar de fatores que envolvem as emoções, o inconsciente, o histórico de vida de cada um em relação ao tema proposto. Como vemos nas citações a seguir, as questões da subjetividade, do comportamento humano que envolvem as atitudes de cada um e deste com a coletividade não é uma mera falácia, mas matéria de estudos científicos profundos, dada a complexidade da relação da comunicação pública com a população formada por homens, mulheres, crianças, jovens, idosos. Cada um com uma percepção própria sobre a relação com a cidade, seus problemas e desafios.

E essa constatação reforça a importância da comunicação pública como condutor das mudanças de comportamento da sociedade para se atingir um objetivo geral como a melhoria da qualidade de vida no engajamento de uma grande campanha de higiene e saúde pública e, se conquistar um objetivo específico que é uma maior responsabilidade na questão do lixo e seu descarte.

Por meio desse método, é possível conhecer, com riqueza de detalhes, o assunto pesquisado, identificando as características que fazem e que não fazem parte do problema em questão. Assim, as características a serem pesquisadas podem ser as razões de escolha, preferências, motivações, hábitos, atitudes, percepções e outras questões relativas aos consumidores e seus comportamentos racionais e emocionais, não importando o quão presente a característica se encontra, isto é, a sua mensuração ou quantificação. A composição da amostra e de seu tamanho, nesses casos, pode não obedecer a critérios estatísticos precisos, como aqueles baseados na aleatoriedade e nas leis da probabilidade. Em vez disso, a pesquisa investe na qualidade das informações, valendo-se de maior profundidade. (Carratore, 2009)

A comunicação pública é delineada pela legitimidade do interesse geral - resultado de pactos entre indivíduos e grupos da sociedade interligados por um "contrato social" - e propaga-se além do âmbito público referido conforme o senso jurídico. Acredita que as mensagens são realizadas, emitidas, recebidas e tratadas por organizações públicas em nome da sociedade, e, por conseguinte, não podem ser separadas das funções intrínsecas das instituições públicas como (1) informar; (2) escutar; (3) contribuir para assegurar a relação social e; (4) acompanhar as mudanças de comportamento e das organizações sociais. Nessa perspectiva o Estado é o articulador



principal da comunicação pública. (ZÉMOR, 2012; KOÇOUSKI, 2012)

No caso mais específico do processo em questão, os membros da Subcomissão Técnica, avaliaram de forma individualizada a cada proposta e consideraram esses fatores em suas análises, por conta do elevado conhecimento dos efeitos táticos de uma campanha publicitária que trata de tema que implica mudança de hábito, renúncia a costumes e compreensão da coletividade, alteridade e generosidade como preponderantes no desenvolvimento econômico e social do município de Tucumã, a partir de uma relação mais responsável e sustentável com o lixo que cada pessoa produz.

Tão complexo é o feito, de julgar propostas técnicas de tão alto nível como as que foram apresentadas pelas licitantes, que as notas atribuídas por esta subcomissão foram altas e, de tal modo que ambas foram classificadas no certame, sendo que a primeira obteve 97,23 pontos e a segunda 92,40 pontos, porém ambas demonstraram inconformismo com o julgamento apresentando, recorrendo e requerendo revisão de notas, ambas criticando com veemência a proposta técnica de seu concorrente.

Cabe ainda reforçar que esta Subcomissão Técnica considerou todas as questões levantadas nos recursos administrativos (razões e contrarrazões) apresentados pelas licitantes, que apesar um instrumento legal, entendemos que os argumentos levantados não maculam o trabalho probo desta Subcomissão Técnica, sendo apenas queixas típicas deste tipo de processo. Assim sendo, portanto, entendemos que não há nada que justifique ajustes nas notas, pois, os equívocos, se cometidos, não comprometem o resultado final por terem como beneficiados o Poder Público e a população do Município de Tucumã.

Por fim, foram adotados a todos, por esta Subcomissão, os mesmos critérios (quer objetivo ou subjetivo) de julgamento das propostas técnicas, ou seja, julgadas de forma exaustiva e rigorosa, respeitando o princípio da impessoalidade imposto pelo sigilo das propostas não identificadas de cada uma das concorrentes.

Sendo assim, esta Subcomissão Técnica, afirma que não é mais possível reexaminar as propostas técnicas, refazendo o julgamento e atribuindo novas notas, pois esse processo já ocorreu de forma exaustiva e todas as justificativas das avaliações foram apresentadas, além do fato de que já não há mais segredo na autoria das propostas, fato que inviabiliza um dos itens primordiais do edital. Desde a segunda sessão, após o cotejamento das vias não identificadas com as vias identificadas, o sigilo foi desfeito. Fato ocorrido após a avaliação do conteúdo do envelope da proposta não identificada pela Comissão Permanente de Licitação.

Diante o exposto e argumentado, esta Subcomissão Técnica encaminha este relatório para CPL da Prefeitura Municipal de Tucumã opinando pelo prosseguimento do processo licitatório, considerando ainda o que é mais vantajoso para o Poder Público, haja vista que, como aqui foi demonstrado, todo o procedimento referente a Tomada de Preços Nº 2.2022.005-PMT até esta fase foi devidamente cumprido e precisa seguir as próximas etapas, para ser colocado em prática e, que se inicie a execução contratual o quanto antes, para viabilizar um combate efetivo ao descarte irregular de lixo no município de Tucumã com prejuízos ambientais, sociais e econômicos a cada momento que se protela essa definição.



*Desta forma esta Subcomissão decide manter integralmente o seu julgamento com as notas que foram emitidas e divulgadas na segunda sessão da CPL e recomendar à Comissão Permanente de Licitação que seja negado provimento integral aos recursos apresentados pelas empresas licitantes **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** e **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI***

O lixo é uma questão de saúde pública e o município de Tucumã precisa enfrentá-lo de forma eficaz e urgente com o apoio amplo de toda a sociedade e a comunicação é uma das principais ferramentas para esse enfrentamento.

Observa-se que o critério técnico e específico abordado pelos recorrentes, foram objeto de avaliação e esclarecimento que não deixaram quaisquer dúvidas sobre a forma como a questão foi conduzida e analisada no certame. De igual sorte, mantiveram as notas atribuídas e ratificaram os critérios de julgamento.

Não obstante, a análise realizada pela CPL, enfrentou os demais tópicos arguidos e inclusive adentrou profundamente na seara jurídica, tecendo narrativa elucidativa e fundamentando legalmente o seu posicionamento. A varredura foi tão detalhada e abrangente, que mesmo a matéria de nossa competência, qual seja, jurídica, restou esgotada. E, de igual sorte ao relatório anterior, citamos *in verbis* o mencionado parecer:

I- DAS PRELIMINARES

*Na sessão em que foram reveladas as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica revelou o seguinte resultado: Primeiro colocada **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** CNPJ sob nº 30.578.135/0001-08 com o total de 97,23 pontos e a segunda colocada **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, CNPJ Nº 10.719.238/0001-25 com o total de 92,40. Declarado o resultado o representante da empresa segunda colocada registrou em ata a intenção interpor recurso nos termos da alínea “b”, artigo 109 de Lei Federal 8.666/93.*

*Cabe destacar que a empresa **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** também apresentou recurso administrativo, mesmo sem manifestar em ata, alegando não haver declinado formalmente de tal direito.*

Em sede de admissibilidade recursal, foram preenchidos os pressupostos da legitimidade, interesse processual, fundamentação, pedido de nova decisão, contrarrazões e tempestividade. Portanto os recursos devem ser conhecidos.

II- DOS FATOS

Insurgem-se as Recorrentes contra o julgamento realizado pela Subcomissão sobre as propostas técnicas conteúdo dos envelopes nºs 01 e 03 desta licitação, ambas considerando o julgamento insuficiente com pedido de revisão das notas atribuídas.

*A licitante **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI** recorre contra o resultado:*



“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 licitantes 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.”

De mesma sorte a empresa **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA**, também argui:

“Após análise pela Subcomissão Técnica, houve segunda sessão para divulgação do resultado da avaliação das propostas técnicas, que da análise entendemos que algumas notas foram aplicadas sem observar falhas graves na proposta da concorrente, devendo haver revisão de notas para menor nos seguintes casos”.

As duas empresas licitantes em seus recursos procuraram desqualificar a qualquer modo as propostas Técnicas de seu concorrente, atribuindo à Subcomissão Técnica peja de não haver julgado sem respeito a isonomia, a imparcialidade e a vinculação ao Edital.

*Recebidos os as razões e contrarrazões dos recursos foram encaminhados para os membros da Subcomissão, para que em reunião analisassem decidissem sobre os requerimentos apresentados. Estes se reuniram em 05 de julho de 2022, às 11h00min, por videoconferência, em razão de estarem em viagem de férias em locais diversos, dois para Portugal e outro em Ourilândia do Norte. Na reunião foi produzido um relatório se manifestando á CPL sobre recursos interpostos pelas licitantes **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA E AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, com relação ao julgamento do conteúdo dos envelopes nºs 01 e 03 da TOMADA DE PREÇOS Nº 2.2022.005-PMT/EDITAL RETIFICADO, o qual segue anexo.*

III- DOS PEDIDOS DAS RECORRENTES

*A licitante **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI** após argumentos requer:*

- a. Desclassificada a proposta técnica da **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO**, por descumprir exigências do edital, conforme previsto na alínea (a) no item 12.4*
- b. Revisado o julgamento considerando a proposta técnica da recorrente como a melhor pontuada no certame, visto que cumpriu todos requisitos e apresentou solução mais completa conforme exigido pelo briefing.*
- c. E, não sendo esse o entendimento, requer seja o presente enviado à autoridade superior, devidamente instruído.*

*A empresa **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** requer a revisão para menor das notas atribuídas a empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, pois além das falhas já levantadas pelos julgadores da subcomissão, restaram ainda as graves irregularidades indicadas nos apontamentos narrados nas considerações fáticas.*



As duas licitantes protocolaram contrarrazões aos recursos, porém mantiveram a mesma estratégia de ataques às propostas concorrentes e pretendendo aumentar sua própria nota.

IV- DA ANÁLISE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO-CPL.

Primeiramente, nota-se nos recursos das Recorrentes a ânsia de chegar ou manter-se em primeiro lugar no certame, pretendo novo análise das propostas técnicas, utilizando-se de argumentos frágeis e até utilizando palavras descorteses.

No que tange às afirmações feitas pela empresa **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI** relativas ao possível descumprimento dos princípios da isonomia, da imparcialidade e vinculação ao instrumento convocatório, segundo estes atos cometidos no julgamento da Subcomissão Técnica, tais comentários merecem especial atenção desta CPL como órgão responsável pela condução do processo licitatório, por ser estranha e até esdruxula diante dos fatos reais.

Como falar de quebra dos princípios da isonomia e da imparcialidade num processo onde julgamento de propostas técnicas foram sigilosas, das quais os julgadores não sabem quem são os julgados? Como elevar um licitante, intencionalmente ao primeiro lugar quando a nota da via não identificada é proporcionalmente muito maior que a parte técnica identificada?

Nos faz crer que se trata apenas de meras desconfianças no trabalho desta CPL e da Subcomissão Técnica, o que rebateremos desde já fazendo apenas uma observação, basta ver que o conteúdo do envelope nº 01 do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, representa 75% (setenta e cinco por cento) do total da nota, enquanto que conteúdo do envelope nº 03 – que trata da Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação representa apenas apenas 35% (trinta e cinco por cento) da nota.

De fato, como argumenta a licitante AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI a boa doutrina eleva o edital como a peça mais importante para o sucesso ou fracasso do certame, tanto que normalmente é chamado de “lei do certame” ou “lei da licitação” ou “lei do concurso”. O edital tem função regulamentar por trazer no seu corpo os regulamentos administrativos normativos da licitação, ou seja, “verdadeiras normas secundárias de execução ou implementação da vontade legislativa, dependendo a sua validade da fiel observância da lei.

Lyra Junior (2011)¹ salienta que “o edital é a lei do certame”, o qual tem fundamento no princípio da vinculação ao edital, pois pelo edital se faz a transparência de todos os procedimentos. Este princípio leva em consideração outros, como os

¹ LYRA JÚNIOR, Richard Paes. **Cadastro de reserva em certames públicos. Mera discricionariedade ou vinculação administrativa?**. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2969, 18 ago. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/19798>>. Acesso em: 07.04.2014.



princípios da segurança jurídica, da lealdade, da boa-fé objetiva da administração e até mesmo o princípio da confiança legítima. A importância deste princípio é grande para administração pública, tanto que sendo ele um claro aspecto dos princípios da legalidade e moralidade, tem ele um tratamento de destaque.

Decorre daí, que urge como fundamental as noções de ética, lealdade, boa-fé e confiança. A licitante faz todos seus argumentos e se afasta desses conceitos de tal forma que nas entrelinhas supõe violação do sigilo imposto pela Lei Federal nº 12.232/2010 ao conteúdo do envelope nº 01-via não identificada. A confiança na Administração Pública é importante sem as quais no dizer do Min. Marco Aurélio “o dia em que nós, cidadãos, não acreditarmos mais na Administração Pública, teremos que fechar para balanço.” (STF RE 480.129-9/DF) (grifo nosso).

Segundo Lyra Junior, se, todavia, configurado a quebra do princípio da isonomia na licitação, quer pelo favorecimento que pela perseguição a licitante, o edital ou o julgamento são passíveis de anulação. No mesmo sentido é o entendimento de Meirelles (2003, p. 265), segundo o qual a igualdade entre os licitantes é princípio impeditivo da discriminação entre os participantes do certame, quer através de cláusulas que favoreçam uns em detrimento de outros, quer mediante julgamento faccioso, que desigule os iguais ou iguale os desiguais. (grifos nosso)

Como assim? Arguir que os licitantes foram tratados sem isonomia e com parcialidade? Como perseguir ou favorecer o desconhecido? Basta ver, que o ato de julgamento da Subcomissão Técnica não revela autores das propostas, julgaram anonimamente, portanto só havia um caminho a tomar, o de seguir o competente Edital da Licitação. Não seria possível tratar de forma desigual os desconhecidos, não havia como ser faccioso no anonimato. Note que a proteção do anonimato dos autores das propostas foi dada pela redação da Lei nº 12.232/2010, evitando que os julgadores pudessem tomar partido de determinada campanha e tornar o processo desigual por meras preferências pessoais.

O princípio da isonomia é mencionado em diversos pontos da Lei 8.666/93, a iniciar pelo art. 3º, § 1º, I. O inciso I veda, nas convocações, a existência de cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o caráter competitivo das licitações e que estabeleçam preferências ou distinções irrelevantes para o fim do contrato,

Segundo Alexandre Mazza², em sua obra Manual de Direito Administrativo que:

*“O princípio da isonomia é preceito fundamental do ordenamento jurídico que impõe ao legislador e à Administração Pública o dever de dispensar **tratamento igual a administrados que se encontram em situação equivalente.** Exige, desse modo, uma igualdade **na lei** e*

² Mazza, Alexandre Manual de direito administrativo / Alexandre Mazza. – 6. ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.



perante a lei. Atos administrativos e leis não podem desatender a esse imperativo de tratamento uniforme.”

Comenta, também o princípio constitucional da impessoalidade:

“O princípio da impessoalidade estabelece um dever de imparcialidade na defesa do interesse público, impedindo discriminações (perseguições) e privilégios (favoritismo) indevidamente dispensados a particulares no exercício da função administrativa. Segundo a excelente conceituação prevista na Lei do Processo Administrativo, trata-se de uma obrigatória “objetividade no atendimento do interesse público, vedada a promoção pessoal de agentes ou autoridades” (art. 2º, parágrafo único, III, da Lei n. 9.784/99).”

A relação da impessoalidade com a noção de finalidade pública é indiscutível. Para Hely Lopes Meirelles, o princípio da impessoalidade “nada mais é do que o clássico princípio da finalidade, o qual impõe ao administrador público que só pratique o ato para seu fim legal. E o fim legal é unicamente aquele que a norma de Direito indica expressa ou virtualmente como objetivo do ato, de forma impessoal”. Ao agir visando a finalidade pública prevista na lei, a Administração Pública necessariamente imprime impessoalidade e objetividade na atuação, evitando tomar decisões baseadas em preferência pessoal ou sentimento de perseguição.”

Destacamos que todo o processo, até a presente fase, foi pautado pela rigorosa observância ao devido processo legal e vinculação ao instrumento convocatório, o que na verdade é nosso dever de cumprir os procedimentos da licitação, conferindo-lhes a maior transparência e impessoalidade, dando aos licitantes todas as oportunidades para que os interessados participem do processo decisório, garantindo sempre o direito a informação, ao contraditório e a ampla defesa.

Nestes relatos, torna-se imperativo destacar as competências de cada membro da equipe envolvida nesta Licitação, a Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica.

Neste processo específico, entre outras atribuições compete a Comissão Permanente de Licitação: conduzir o processo; receber e abrir os envelopes nºs 01, 02, 03, 04 e 05; apurar e revelar a pontuação total das licitantes após abertura do envelope nº 02; julgar os conteúdos dos envelopes nº 04 (proposta comercial) e 05 (documentos da habilitação); receber e decidir recursos ou encaminhá-los à autoridade competente. Por outro lado, compete apenas à Subcomissão a análise e o julgamento das propostas técnicas, conteúdo dos envelopes nºs. 01 e 03.

Em resumo, as peculiaridades que norteiam os trâmites desta Licitação regem-se à luz da Lei Federal 8.666/93-Estatuto da Licitações e as normas contidas na Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010 que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela



administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, esta última, estabelece que para o julgamento das propostas técnicas deve ser sorteada uma Subcomissão Técnica composta por profissionais qualificados na área com experiência comprovada. A relação dos profissionais foi publicada respeitando-se os prazos legais e disponibilizando os currículos nos autos, sendo que nenhum nome foi impugnado.

No dia 08/04/2022 foi realizado o sorteio e a Subcomissão Técnica ficou composta pelos membros: 1- Kenny Teixeira Fonseca e; 2- Márcio Albano da Silva Cordeiro; 3- Luiz Fernando Feitosa, para atuarem como membros titulares e; 4- Márcio Flexa sorteado para suplente. Do resultado do sorteio não houve nenhum recurso ou impugnação.

A CPL após a abertura dos envelopes nº 01 e 03 referentes às Propostas Técnicas, depois de visitadas pelos presentes foram remetidas para os membros da Subcomissão Técnica, a quem legalmente competia julgá-las. Os membros da Subcomissão analisaram e julgaram as propostas técnicas, devolvendo-as com os relatórios de notas assinadas por cada membro da Subcomissão.

Fazemos ênfase, que o julgamento das Propostas Técnicas desta licitação compete, exclusivamente, à Subcomissão Técnica retrocitada, nos termos do artigo 10 da lei 12.232/2010, portanto não dúvidas de que a CPL é incompetente para julgar ou reavaliar as mesmas.

Quanto a possibilidade de revisão de notas pela Subcomissão, tal ato deve ser realizado apenas nos termos do inciso VII do artigo 6º da Lei 12.232/2010, qual seja:

“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:

...

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; “

Note que tal revisão é possível, desde que haja uma divergência entre as notas no percentual de 20% (vinte por cento) entre a maior e menor nota do quesito, fato que não ocorreu em nenhuma nota de quesito, porque os descontos foram mínimos, sendo as duas licitantes merecedoras de elevadas notas. Isso demonstra o quanto a subcomissão foi responsável/profissional e seguiu integralmente os ditames do Edital julgando com objetividade.

Notadamente o relatório da Subcomissão faz referência a possibilidade de certa subjetividade no curso do julgamento das proposta técnicas, porque é quase impossível ao ser humano, mesmo que inconsciente, não imprimir a sua impressão e seu olhar pessoal sobre determinados fatos, sem que isso caracterize irregularidade ou fraude, mas sim, pela



própria especificidade da licitação que envolve criatividade, peças publicitárias, fotografia, vídeos, etc.

Qualquer que seja a área de atuação, sendo o ser humano chamado a escolher entre dois objetos, com certeza fará escolhas observando qualidades técnicas perceptíveis, mas também, fará escolhas pelo gosto pessoal de forma inconsciente, não sendo nenhum demérito o julgador admitir tal condição, diga-se de passagem, admitir algo que é inerente ao próprio ser humano.

Por fim, de longe fica afastada e rechaçada a aplicação da subjetividade intencional no julgamento das Propostas Técnicas, tanto que em seu relatório a Subcomissão informa como foi procedido o julgamento individual, quesito por quesito, com as devidas justificativas que motivou cada decisão.

A Subcomissão em seu relatório atenta para o fato de que a reavaliação das propostas técnicas após a abertura do envelope nº 02, quando ocorre o cotejamento das vias não identificadas com as vias identificadas, finaliza o sigilo das mesmas sendo revelados seus autores. Assim alterar notas depois de conhecer os interessados, poderia de fato comprometer, mortalmente, todo o processo licitatório, visto que poderia haver ofensas aos princípios da impessoalidade e da isonomia entre os participantes, porque, ai sim, estariam os licitantes sujeitos a escolhas e preferências pessoais dos julgadores. Desta forma a Subcomissão Técnica recusou-se a entrar no mérito dos questionamentos, não admitindo falhas no julgamento e recomendou a manutenção de todas as notas emitidas e a manutenção integral da decisão proferida na segunda sessão desta licitação, conforme transcrito em ata.

V- CONCLUSÃO:

Considerando as alegações, em relatório expedido pelos membros da Subcomissão Técnica, que declaram a impossibilidade da revisão de notas, depois de revelados os autores das Propostas Técnicas;

Considerando que o julgamento da subcomissão foi proferido sob a proteção total do sigilo das propostas de maior peso de nota, impedindo ao julgador fazer escolhas pessoais, perseguições ou outra forma que pudesse comprometer os princípios da impessoalidade e da isonomia, como fora alegado pelos recorrentes;

Considerando que nenhuma nota carece de revisão nos termos do inciso VII, do artigo 6º da Lei Federal 12.232/2010; especialmente porque a pontuação foi elevada comprovando a qualidade técnica das propostas das duas recorrentes, bem como demonstra a total responsabilidade profissional dos membros da Subcomissão no julgamento realizado;

Tendo em vista que as alegações das recorrentes se encontram desprovidas de qualquer amparo legal e jurisprudencial, principalmente que apresentasse provas concretas de violação do sigilo das propostas por parte da CPL ou da Subcomissão, que comprovasse grave ofensa aos princípios da legalidade e da impessoalidade, bem como da isonomia, da razoabilidade e da supremacia do interesse público, não havendo razões para o atendimento às peças impetradas pelas Recorrentes.

VI- DA DECISÃO



Isto posto, a Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Tucumã decide **CONHEÇER** os recursos interpostos pelas empresas **FR MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** CNPJ sob nº 30.578.135/0001-08 com o total de 97,23 pontos e a segunda, **AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI**, CNPJ Nº 10.719.238/0001-25, para **NEGAR-LHES PROVIMENTO**, mantendo todas as decisões quanto as notas atribuídas pela Subcomissão e a ordem de classificação das Propostas Técnicas divulgadas na segunda sessão realizada no dia 08/06/2022 da **TOMADA DE PREÇOS Nº 2.2022.005-PMT-EDITAL RETIFICADO**, objetivando a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade à Prefeitura Municipal de Tucumã-PA.

Remeto os autos à autoridade competente para proferir o **JULGAMENTO FINAL DOS RECURSOS**, podendo nos termos da Lei 8.666/93 manter ou reformar as decisões desta Comissão Permanente de Licitação-CPL.

Os pareceres que transcrevemos conforme já esclarecido anteriormente, não apenas se manifestaram sobre item por item, como o fizeram de maneira direta, integral, robusta, técnica e legalmente. De fato, as análises exauriram os temas por completo e esta assessoria, considerando todo o alegado em sede recursal e esclarecido e fundamentado nos pareceres, concorda e segue os argumentos da Subcomissão Técnica e CPL.

CONCLUSÃO

Ante a todo o exposto, esta assessoria manifesta-se pelo conhecimento dos recursos pois tempestivos. Contudo, no mérito, manifestamos pela total improcedência dos mesmos, por ausência de amparo fático-técnico-legal. São os termos.

Tucumã-PA, 12 de julho de 2022.

Assessoria Jurídica