



## RESPOSTA AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS Concorrência N° 001/2022

**Processo:** Concorrência n° 001/2022

**Recorrentes:** Novi Comunicação Estratégica Eireli e Empauta Comunicação e Marketing, ambos, já qualificados nos autos dos recursos.

**Recorridos:** Novi Comunicação Estratégica Eireli, Objectiva Comunicação LTDA e Empauta Comunicação e Marketing, todos, já qualificados nos autos dos recursos e contrarrazões.

EMENTA: IMPUGNAÇÕES QUANTO A  
DECISÃO CLASSIFICATÓRIA .

### I. DA TEMPESTIVIDADE

Os recursos foram recebidos pela Administração Municipal em 29 de abril do ano corrente, protocolizados pelas licitantes: Novi Comunicação Estratégica Eireli e Empauta Comunicação e Marketing, ambos, já devidamente qualificadas nos autos do processo administrativo acima epigrafado.

Tendo em vista que a sessão de julgamento ocorrera em 22 de abril de 2022, bem como ao colimar com as regras de prazos intrínsecas pela Lei Federal n° 8.666/93, eis que se atesta a escorreita observância tanto as disposições da alínea "b", do inciso I, art. 109, quanto as do art. 110 e seu parágrafo único, todos da Lei Federal n° 8.666/93, portanto, tempestivo, posto isso, passa-se a analisar o mérito do recurso.

Foram apresentadas contrarrazões, ao recurso interpelado pela Novi Comunicação Estratégica Eireli em 05 de maio do ano corrente, pelas licitantes Objectiva Comunicação LTDA e Empauta Comunicação e Marketing, bem como para o recurso interpelado pela Empauta Comunicação e Marketing, pela licitante Novi Comunicação Estratégica Eireli, aos dias 06 de maio de 2022, doravante recorridos, também de forma tempestivas.

### II. DO RESUMO DOS FATOS

Cuida-se de um procedimento administrativo licitatório para a contratação integrada com o Fundo Municipal de Saúde, Fundo Municipal de Assistência Social, Superintendência Municipal de Trânsito e Transporte e Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de 02 (duas) agências de publicidade e propaganda, especializadas na prestação de serviços de publicidade, assim compreendidos o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e informar o público em geral, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, de acordo com os detalhes intrincados no briefing e na forma do termo referência, integrantes do edital, convertidos em Anexo I do Instrumento editalício em apreço.

Em 09 de março de 2022, na sala de reuniões, situada na Rua Francisco Santos, nº 160, 2º andar, Itabaiana/SE, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura de Itabaiana, nomeada pela Portaria nº 026, de 04 de janeiro de 2022, para credenciamento, receptação e abertura dos envelopes contendo as propostas técnicas – plano de comunicação publicitária (via não identificada) e proposta técnica –; conjunto de informações que culminou no ranking classificatório alvo dos presentes recursos.

Em decorrência da ausência da capacidade técnica – Know-how – da comissão, ora apreciante, em analisar os documentos apresentados pelas empresas em sua integralidade, indigitamos que os documentos fossem remetidos para o crivo da Subcomissão técnica, composta por Gilson Chagas de Oliveira (Radialista), Monique Santos Costa (Jornalista) e Luiz Carlos Ferreira (Jornalista), para fins de apreciação, eminentemente, técnicas, com espeque no § 1º do art. 10, da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Insurge dos autos, mais especificamente ao imiscuído nos julgamentos técnicos, oriundos das atas da sessão de julgamento das propostas técnicas, após o devido cotejo das propostas, por parte da subcomissão técnica o resultado esmiuçado em ata do dia 22 de abril de 2022, ei-lo:

“Ato contínuo foi promovida a abertura da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária para cotejo com a via não identificada e conseqüente identificação de seu autor, que foram rubricadas pela comissão e licitantes e, em seguida nominado pela subcomissão técnica. Promovida a respectiva identificação confirmou-se que o licitante 1 – SIGA A DIREÇÃO DA SEGURANÇA é a Empresa CICERO JOSÉ MENDES LEITE-EPP, que a Licitante 2 – TRÂNSITO SEGURO É FEITO DE BOAS ESCOLHAS é a Empresa OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA e 3 – É ASSIM QUE SE FAZ UM TRÂNSITO SEGURO a Empresa NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME. Já devidamente identificados foi, então, divulgado o resultado do julgamento da proposta técnica/plano de comunicação publicitária, realizado pela subcomissão técnica, com a apresentação das respectivas planilhas de pontuações totais, tendo sido o resultado o seguinte: a Empresa CICERO JOSÉ MENDES LEITE-EPP, alcançou a pontuação de 39,2 (trinta e nove vírgula dois); a Empresa OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA, alcançou a pontuação de 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) e a Empresa NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME, alcançou a pontuação de 35,0 (trinta



**ESTADO DE SERGIPE**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA**

---

e cinco), de acordo com maiores detalhamentos constantes das referidas planilhas, que seguem em anexo a esta ata. Ato contínuo a Presidente da Comissão Permanente de Licitação apresentou o resultado de julgamento do envelope "B" da Proposta Técnica realizado pela Subcomissão técnica. De acordo com as planilhas individuais a Empresa CICERO JOSÉ MENDES LEITE-EPP, alcançou a nota de 38,3 (trinta e oito vírgula três); OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA, alcançou a nota de 39,2 (trinta e nove vírgula dois) e NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME, alcançou a nota de 36,7 (trinta e seis vírgula sete), de acordo com maiores detalhamentos constantes das referidas planilhas, que seguem em anexo a esta ata. Somadas as pontuações do plano de comunicação publicitária mais a capacidade de atendimento, a Empresa CICERO JOSÉ MENDES LEITE-EPP, alcançou a nota de 77,5 (setenta e sete vírgula cinco); OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA alcançou a nota de 76,6 (setenta e seis vírgula seis), e NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME, alcançou a nota de 71,7 (setenta e um vírgula sete)."

Foi manifestado, na Ata testilhada alhures, intenção de recurso pela empresa Novi Comunicação Estratégica EIRELI, doravante denominada Recorrente, tendo sido concedido o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis ao licitante inconformado para a juntada de suas razões de recurso. Após esse prazo, houve a juntada de memoriais tanto pela empresa supramencionada, quanto pela empresa Empauta Comunicação e Marketing, e, assim, também fora aberto prazo para contrarrazoar onde todos os licitantes suso epigrafados protocolaram as mesmas.

Exsurge do excerto supra que, Irresignadas, as recorrentes apresentaram recurso a fim de alterar a decisão classificatória.

A recorrente – NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI –, em suscinta síntese, apresentou uma miríade de argumentos técnicos, onde se alega, dentre outros pontos, a quebra da isonomia, imperícia técnica quanto ao julgamento das propostas, requerendo, dessarte, a reanálise da pontuação e a desclassificação das empresas EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING e OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA.

A recorrente – EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING –, em suma, afirma que, a empresa NOVI COMUNICAÇÃO ESTARÉGICA, apresentou documentação falsa, vide que, a referida empresa, consignou, em sua proposta, que o município de Nossa Senhora das Dores era sua cliente à época da presente licitação, contudo, a recorrente alega que tal asserir é inverídico e, portanto, devendo ser desclassificada, bem como ser procedida à aplicação de penalidades à empresa.

Quanto ao 1º recurso, todos os licitantes interessados, apresentaram contrarrazões, com uma série de argumentos técnicos; já quanto ao 2º recurso, fora contrarrazoado, apenas, pela empresa NOVI COMUNICAÇÃO ESTARÉGICA, onde, o mérito, queda-se em tema, estritamente técnico.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

Em virtude da tecnicidade, intrínseca a matéria concernente aos recursos e contrarrazões, vaticino que o escopo das razões e contrarrazões fora remetido ao crivo da análise da subcomissão técnica, com espeque no §2º do art. 6º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para que esta, por sua vez, proceda o devido cotejo da matéria em cotejo.

### III. DAS RAZÕES

Ensina-nos Marçal Justen Filho, em seus Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, que *“o interesse de recorrer deriva do cotejo entre a decisão administrativa e a situação do recorrente. A decisão deverá ser lesiva aos interesses do particular, acarretando sua agravação, para caracterizar-se o interesse de recorrer.”*

É legítimo o interesse em recorrer.

Desta forma, sabemos que, como os demais atos da administração pública, os recursos administrativos devem, invariavelmente, seguir determinadas prescrições de ordem formal e legal, a fim de que tais expedientes tornem-se aptos a provocar os respectivos efeitos pretendidos. Neste sentido, após minuciosa análise das razões e das contrarrazões, observados os requisitos preliminares e verificando-se o cumprimento dos mesmos, deu-se conhecimento ao recurso, por tempestivo e legítimo.

No mais, quanto ao mérito, repontamos, reiteradamente, que o liame das razões e contrarrazões, recai em tema eminentemente técnico e por tanto, fora perscrutado pela emérita subcomissão técnica, onde, aquiesceram, parcialmente aos pleitos das recorrentes, porém, mantendo-se incólumes a ordem classificatória propugnada alhures, pelo breve esborço fático constante do julgamento, colacionado a este, oportunidade em que o endossamos, com arrimo no exposto a seguir:

“O edital, no subitem 8.3., estabelece que o Plano de Comunicação Publicitária – Envelope sem identificação – versará sobre os seguintes tópicos: a) Raciocínio Básico; b) Estratégia de comunicação publicitária; c) Ideia Criativa; e, d) Estratégias de mídia e não mídia. Desses tópicos, 03 (três) devem ser compostos por textos (a, b e d) e 01 por exemplos (c). E continua o subitem 8.3.5.1. aduzindo que “Os textos, no total, não poderão exceder a 20 (vinte) laudas, devidamente numeradas” e o subitem 8.3.5. de que “O Plano de Comunicação Publicitária consistirá, assim, de um conjunto de textos e exemplos.”

Nas suas razões de recurso, a empresa NOVI aduz que a Subcomissão Técnica teria se equivocado ao retirar pontos de sua classificação por considerar que o Plano de Comunicação Publicitária de sua autoria teria infringido o subitem 8.3.5.1 do Edital, alcançando o total de 34 (trinta e quatro) laudas, quando o limite estabelecido seria de apenas 20 (vinte) laudas. De acordo com a Recorrente, deve a Subcomissão Técnica fazer uma análise do edital a partir de uma interpretação correlacionada de seus itens e



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

subitens e não de forma isolada; e conclui que o seu Plano de Comunicação Publicitária estaria de acordo com Edital por trazer, ao longo das 34 (trinta e quatro) laudas, os textos e os exemplos, sem, contudo, apontar, de forma clara e objetiva, a quantidade de laudas utilizadas para cada um desses elementos.

Compulsando o Plano de Comunicação Publicitária da empresa NOVI, vê-se que a Recorrente, em um só documento, apresentou os 04 (quatro) tópicos exigidos pelo item 8.3 do Edital, sem qualquer delimitação do que seriam textos e do que seriam exemplos. Ademais, não foi pontuado, ao longo do seu recurso, em quantas laudas teria sido desenvolvido os seus textos, referente Raciocínio Básico, à Estratégia de comunicação publicitária e às Estratégias de mídia e não mídia. A justificativa para a ausência de manifestação por parte da Recorrente é a dificuldade de se delimitar onde termina e onde inicia cada um desses elementos (Textos e Exemplos), optando por trazer, em um único documento, as duas informações de forma entrelaçada, sem qualquer delimitação.

Todavia, não é isso que se vê do edital. Observe o que diz o subitem 8.3.5.1, a saber: 8.3.5.1. Os textos, no total, não poderão exceder a 20 (vinte) laudas, devidamente numeradas, e deverão, obrigatoriamente, serem confeccionados no aplicativo Word, da seguinte forma e formatação, sem alterações, acréscimos ou supressões

Ora, o Edital é claro ao estabelecer que os textos não poderão exceder o total de 20 (vinte) laudas e segue exigindo que elas venham devidamente numeradas.

Questiona-se:

1º) Por qual razão o Edital exigiria laudas numeradas para o elemento "Texto", até o limite de 20 (vinte), se não fosse para que todas as informações a ele relacionadas viessem de forma contínua?

2º) Como pode esta Subcomissão delimitar, em um Plano de Comunicação Publicitária, o que seria texto e o que seria exemplo, se em nenhum de seus documentos a Recorrente foi capaz de apresentar esta informação, ajudando-nos a compreender melhor este seu ponto irresignação?

O que se vê, em verdade, é apenas uma alegação negativa (de que não infringiu o Edital), sem que tenha se esquivado de sua obrigação de alegar e comprovar suas alegações. A formatação escolhida pela NOVI não facilita a análise por parte da Subcomissão Técnica e, associada às razões acima apresentadas, mantém a pontuação auferida a NOVI. Portanto, não há razões para acolher as alegações da empresa."

"Nas suas razões de recurso, item II, a empresa Recorrente discorre sobre o Princípio da Vinculação ao Edital e aduz ser um dever da Administração e dos Licitantes observar todas as regras nele dispostas, por ser a Lei do Certame.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

Como é sabido, cabe à Administração Pública e aos particulares que com ela se relacionam – acima de todos os princípios, inclusive o mencionado pelo Recorrente – atender ao Princípio da Legalidade Restrita, segundo o qual só é possível fazer aquilo que a Lei autoriza. Sendo o Edital a Lei a ser observada pela Administração Pública e seus Licitantes, no curso de uma licitação, não é possível fazer incluir documentos ou informações não exigidas/solicitadas no Edital.

Ocorre que, quando da elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a NOVI fez incluir, no seu preâmbulo, uma capa, sem que este elemento tivesse sido solicitado no Edital. Ademais, apesar de compor o mencionado Plano, a capa não recebeu numeração, não sendo possível compreender a razão de sua existência, que continua sem esclarecimentos até a presente data.

Sendo assim, por não sido solicitado no Edital, e em observância aos **Princípios da Legalidade Restrita e ao da Vinculação do Edital**, mantém-se a penalidade aplicada à NOVI, por inobservância do subitem 8.3.5.1. Portanto, não há razões para acolher as alegações da empresa.”

“De acordo com o subitem 1.4 do item 1, intitulado “Sobre o Projeto”, do Anexo I (Briefing), o prazo de duração do projeto deverá ser de 30 (trinta) dias, sem se adentrar na divergência conceitual apontada pela Recorrente, até porque não possui o condão de alterar o entendimento desta Subcomissão.

Ocorre que, afrontando a taxatividade do Edital – ao exigir 30 (trinta) dias de prazo de duração do projeto – com o Plano Investimento (Plano de Mídia e Não Mídia) apresentado pela Recorrente, às fls. 29 do seu Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada –, vê-se que toda programação se deu em cima de 31 (trinta e um) dias, contrariando o estabelecido no Edital, conforme apontado acima.



**ESTADO DE SERGIPE**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA**

Plano de Investimento - Cronograma de Mídia e Não Mídia

RESUMO GERAL							
Item	Posto	Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total	Valor Líq.	Valor Bruto
Out. de Mídia (RCP)	Outdoors	Placa (Rampas 05m x 3m)	21 dias	2	42 dias	R\$ 2.700,00	4.200,00
Out. de Mídia (RCP)	Posto	Aluguel (R. 05m x 3,50m)	21 dias				
Out. de Mídia (RCP)	Posto	Luzes (R. 05m x 3,50m) (R. 05m x 3,50m)	21 dias	4	84 dias	R\$ 1.700,00	4.000,00
Outros	VT e Materiais						
Prestação de Serviço	Plano						
Prestação de Serviço	Plano						
Impressão (para Troca de Placa)	Luzes	Luzes (R. 05m x 3,50m) (R. 05m x 3,50m)				R\$ 2.700,00	4.000,00
Impressão (Adesivos, Banners)	Adesivos						2.400,00
Digital	Arquitetura e desenvolvimento					R\$ 1.000,00	4.000,00

Portanto, não há razões para acolher as alegações da empresa, pois, clara e evidente, é a infringência, por parte da NOVI, do estabelecido no subitem 1.4 do item 1, intitulado "Sobre o Projeto", do Anexo I (Briefing)."

"Compulsando as razões recursais da NOVI e confrontando-as com o seu Plano de Comunicação Publicitária, a Subcomissão Técnica conclui que lhe assiste razão, uma vez que, conforme apontado, a Trimídia apresentada pela Recorrente refere-se a um único exemplo, e que as 03 (três) fotos que nos fez compreender, a princípio, se tratar de 03 exemplos, nada mais são do que suas 03 (três) faces de um mesmo exemplo.

Pelo exposto é que deferimos o recurso da NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME quanto a este item, para fins de reconsiderar a pontuação parcial de 0,5 reduzida de sua pontuação geral, bem como a penalidade que lhe fora imposta.

Portanto, refazendo os cálculos de pontuação a empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING se mantém com 39,2 (trinta e nove vírgula dois) pontos e a OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA com 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos, enquanto a pontuação da NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI –



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

ME acrescesse 0,5 (zero vírgula cinco décimos), alcançando, assim, 35,5 (trinta e cinco vírgula cinco) pontos.

RESUMO PARCIAL DA PONTUAÇÃO:

- 1) EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING: 39,2 (trinta e nove vírgula dois) pontos;
- 2) OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA: 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos;
- 3) NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME: 35,5 (trinta e cinco vírgula cinco) pontos.”

“Analisando este ponto de irresignação, quanto às especificidades dispostas no Edital, e analisando as configurações do Microsoft Word, concluímos que o subitem 8.3.5.1 do Edital, no tópico “Especial: primeira linha por 2,0 cm (dois centímetros)”, não foi observado pela empresa EMPAUTA.

Quando abrimos o programa (Word), as selecionarmos a aba de Layout, Configurações de parágrafos, Recuo, Especial, se aplicarmos a determinação do edital no texto totalmente selecionado, em todos os parágrafos serão aplicados o recuo.

Desta maneira, revemos a pontuação da empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING penalizando-o com a subtração de 0,5 (zero vírgula cinco) pontos da sua pontuação geral e revisamos o entendimento anterior, no sentido de retirar a penalidade aplica às empresas NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME e OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA, para fins de adicionar à sua pontuação geral, 0,5 (zero vírgula cinco) pontos para cada uma das empresas.

Portanto, refazendo os cálculos de pontuação, a empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING alcança 38,7 (trinta e oito vírgula sete) pontos e as empresas OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA e NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME, respectivamente 37,9 (trinta e sete vírgula nove) pontos e 36,00 (trinta e seis vírgula zero) pontos.

RESUMO PARCIAL DA PONTUAÇÃO:

- 1) EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING: 38,7 (trinta e oito vírgula sete) pontos;
- 2) OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA: 37,9 (trinta e sete vírgula nove) pontos;
- 3) NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME: 36,0 (trinta e seis vírgula zero) pontos.”

“Os valores que terceiros cobram por seus serviços não são de responsabilidade da Administração Pública. Acatamos o argumento da empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING e mantemos a decisão inicial, uma vez que a agência apresentou em sua defesa a tabela da emissora (FM ITABAIANA), utilizada em seu Plano de Mídia. Portanto, não há razões para acolher as alegações da empresa.”





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

“De forma sucinta, a Subcomissão Técnica se manifesta no sentido:

a) Quanto ao preço de afixação de cartazes, banners e adesivos, por se tratarem de peças de pequeno porte, ou serão afixadas diretamente pela administração ou pelo responsável do órgão ou estabelecimento, não havendo o que se falar em custo de instalação desses itens;

b) Quanto aos custos envolvendo a produção e instalação de três placas de front light, por se tratar de peça de grande porte, não há como desassociar os custos de produção dos custos de instalação, razão pela qual o valor por esse serviço foi apresentado de forma conjunta, em um mesmo item da tabela.

Por esta razão é que mantemos a decisão incólume, no sentido de acatar os contra argumentos empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING, deixando de acolher o recurso da Recorrente NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME.”

“Os valores que terceiros cobram por seus serviços não são de responsabilidade da Administração Pública. Acatamos o argumento da empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING e mantemos a decisão inicial.”

“Alega a Recorrente que as empresas concorrentes se utilizaram de pontos de identificação no sentido de induzir a Subcomissão Técnica permitindo a identificação de empresa A, B ou C, descaracterizando, assim, o necessário sigilo do Plano de Comunicação Publicitária. Todavia, o aduzido pela Recorrente está desassociado de qualquer comprovação e sabe-se que simples alegações não possuem o condão de alterar o entendimento da Subcomissão. Ademais, não há como comprovar que a utilização de caixa alta, por exemplo, em trechos do documento tiveram por objetivo demonstrar o estilo de determinada empresa; até porque, se assim fosse, poder-se-íamos considerar que a inclusão de CAPA no Plano de Comunicação Publicitária, teria a mesma finalidade, o que não se mostra razoável pela ausência de provas para tanto.

Por esta razão é que acatamos o contra argumento da empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING e mantemos a decisão inicial, uma vez que utilização de CAIXA ALTA não sugere qualquer elemento de identificação.”

“Acatamos o argumento da empresa OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA e mantemos a decisão inicial. Conforme explicado pela OBJECTIVA e acatado por esta Subcomissão, o custo de produção da referida peça necessariamente comporta a instalação da peça, consoante comprovado no orçamento anexado à defesa. Ou seja, todos os custos com a peça (produção e instalação) foram contemplados no Plano de Mídia da Impugnante. Além disso, vê-se que a OBJECTIVA informou onde seria instalada a peça



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

(ENTRADA DA CIDADE DE ITABAIANA), como indicado no rol com a Relação das Peças Corporificadas. Portanto, não há razões para acolher as alegações da empresa.

Quanto ao questionamento relativo ao BUSDOOR por parte da NOVI contra a OBJECTIVA, esta não apresentou defesa em suas contrarrazões, sendo que por este motivo, a empresa foi penalizada com a perda de 0,5 pontos em sua NOTA TÉCNICA, ficando com a nota 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos.

Portanto, refazendo os cálculos de pontuação, a empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING se mantém com 38,7 (trinta e oito vírgula sete) pontos e a empresa NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME com 36,00 (trinta e seis vírgula zero) pontos, enquanto a OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA, nos moldes dispostos no parágrafo anterior, 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos.

RESUMO PARCIAL DA PONTUAÇÃO:

- 1) EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING: 38,7 (trinta e oito vírgula sete) pontos;
- 2) OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA: 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos;
- 3) NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME: 36,0 (trinta e seis vírgula zero) pontos.”

“Apesar das alegações apontadas pela Recorrente, a pontuação mantém-se justa uma vez que é clara a maior quantidade de profissionais disponibilizados pelas duas outras agências: EMPAUTA com 30; e OBJECTIVA com 21, em seus quadros. Reforçado aqui que ambas comprovaram, sejam através de contratos ou de notas fiscais, a relação dos seus clientes, dando maior credibilidade à informação.”

“Acata-se as contrarrazões apresentadas pela empresa OBJECTIVA, por ter anexado documentação comprovando o atendimento ao Município da Barra dos Coqueiros através da publicação no Diário Oficial do Município, mantendo-se a decisão inicial.”

“Nas razões do recurso da empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING alegou-se que “a agência NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA, utilizou-se de uma informação falsa, com o objetivo de obter vantagem”. E que “a falsidade consiste em declaração firmada na documentação CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/ENVELOPE B, sendo que no item 8.4.1.1. do Edital, estabelece como exigência para as empresas participantes, a “Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, devidamente comprovada (grifo nosso), com a especificação do período de atendimento de cada um deles;”. Completa que “na relação, a NOVI apresentou a Prefeitura de Nossa Senhora das Dores-Sergipe como



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

sendo seu cliente. No entanto, conforme informação constante no Portal da Transparência da referida Prefeitura, é possível verificar que o contrato 66/2019 encerrou-se em 09/10/2021, não tendo sido renovado.”

“Em sua defesa, a NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA aduz haver uma suposta prorrogação tácita do contrato (encerrado em 09/10/2021), pois “apresentou uma carta de manifestação de interesse requerendo a prorrogação de prazo do contrato 066/2019, que até o momento sequer foi respondida”. Ou seja, não foi apresentado nenhum contrato vigente ou nota fiscal emitida do período da licitação (março de 2022) que demonstrasse que a mesma ainda mantinha relação contratual com a Prefeitura de Nossa Senhora das Dores.

A própria manifestação, segundo a NOVI, “sequer foi respondida”, o que demonstra que a licitante sabia da não renovação do contrato, uma vez que não se vislumbra a possibilidade de contratação tácita na administração; ademais, não poderia a Prefeitura de Nossa Senhora das Dores ser citada como cliente sem que tivesse havido a renovação (expressa) do contrato, já expirado, inclusive, há cinco meses.

A empresa NOVI buscou justificar também a existência de um suposto serviço, apresentando duas PIs – Pedido de Inserção, cujas campanhas se estenderam até 29 de outubro de 2021 e 14 de outubro de 2021, respectivamente, período que ultrapassaria o vencimento do contrato. Todavia, os documentos estão sem assinatura do cliente (Prefeitura de Nossa Senhora das Dores) e são documentos produzido pela própria agência, não detendo, assim, força para comprovar a continuidade da prestação do serviço junto a este Município. Frise-se, a PI não é prova de que, em março de 2022, período da licitação de Itabaiana, esta agência mantivesse relações contratuais com o Município de Nossa Senhora das Dores.

Em suas contrarrazões, a NOVI trouxe documentos relativos à licitação de Nossa Senhora das Dores, ocorrida em março de 2022, da qual, posteriormente, a empresa EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING saiu vitoriosa, como se esta pudesse servir de meio de prova para garantir que seu contrato ainda vigorasse nesta época.

Nesse sentido, mesmo com a defesa apresentada pela recorrente, entende-se que houve séria gravidade por parte da NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA em apresentar uma informação inverídica, apenas com o intuito de aumentar a quantidade de clientes por ele assistidos no momento da licitação, principalmente por se tratar de um cliente público, sem levar em consideração que esta não era uma informação real da sua carteira de clientes, cuja comprovação não só desse, mas de todos os demais, não foi apresentada no certame.

Sendo assim, esta Subcomissão Técnica se manifesta no sentido deste fato ser levado às autoridades competentes, para que sejam





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

tomadas as providências legais que se mostrem necessárias, devendo, inclusive, ser oficiada a Prefeitura Municipal de Doris para o fim de esclarecer, de uma vez por todas, se a NOVI mantém ou não contrato vigente.”

Continuamente, verificamos, que após a, minudente, análise técnica, egrégia subcomissão técnica, mediante seu relatório técnico, pugnou pela manutenção da classificação, porém, com alteração das notas aferidas preteritamente, *ipsis litteris*:

“Por todo o exposto, é que vem a Subcomissão Técnica, por todas as razões acima expostos e diante da fundamentação e conclusão já apresentada ao final de cada tópico, apresentar a pontuação final das licitantes nesta Concorrência Pública, a saber:

- 1) EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING: 38,7 (trinta e oito vírgula sete) pontos;
- 2) OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA: 37,4 (trinta e sete vírgula quatro) pontos;
- 3) NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME: 36,0 (trinta e seis vírgula zero) pontos.”

Destarte, resta provado, através da reanálise técnica, que se deve prover a manutenção no ranking classificatório, desta forma, podemos perceber, com evidência solar, que o julgamento seguiu, a lhanza, o mormente aos itens albergados em edital.

Ora, pelo exposto, não há que se falar em omissão da administração, posto que essa deixou explícita e objetivamente claro em edital, cujos requisitos do dispositivo já foram, exaustivamente, transcritos, que seriam exigidos e considerados aceitos como na forma da lei a apresentação das propostas técnicas, apresentados nas formas ali prescritas, inclusive quanto ao ser demonstrado!

Tratando a respeito dos requisitos necessários à proposta, Renato Lopes Becho<sup>1</sup> afirma que “(...) *esses requisitos são de natureza objetiva, sem possibilidade de abertura para discriminações sem correlação lógica para os interesses da Administração, que vai cifrar-se unicamente à verificar se os que acorreram ao certame preenchem ou não os requisitos necessários para disputá-la, segundo os termos prefixados no edital.*”

No mais, é cediço que a Administração Pública trilha pelos princípios que a norteiam, ou seja, segue o Poder Público as vias dos Princípios da Legalidade, da Publicidade, Impessoalidade, dentre outros correlatos e aplicados às licitações, a exemplo da Vinculação ao Instrumento Convocatório. Destarte, a Administração Pública está jungida, principalmente, ao Princípio da Legalidade, como aqui demonstrado. Desta forma, podemos depreender que os princípios carregam consigo alto grau de imperatividade, o que denota seu caráter normativo (dever ser), especialmente o da Legalidade, onde somente se faz o que a lei determina.

---

<sup>1</sup> BECHO, Renato Lopes. Elementos de Direito Cooperativo. São Paulo : Ed. Dialética, 2002. p 257.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

Assim sendo, qualquer ato administrativo praticado pelos agentes da administração pública, deve ser praticado observando os princípios, pois qualquer ato administrativo que dele se destoe será inválido, consequência esta que representa a sanção pela inobservância deste padrão normativo (e não apenas valorativo), cuja reverência é obrigatória. Os princípios veiculam diretivas comportamentais, acarretando um dever positivo para o servidor público. E, nesse ponto, inclui-se, aí, o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

O supramencionado princípio é de relevância impar, posto que não vincula somente a Administração, como também os administrados que a ele aquiesceram.

Esta norma-princípio, mencionada no art. 3º, encontra-se explicitamente disposta no art. 41, *caput*, ambos da Lei nº 8.666/93, que estabelece:

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

Trata-se, em verdade, de princípio intrínseco a toda licitação e que impede não só futuros descumprimentos das normas do edital, mas também do descumprimento dos diversos outros princípios atinentes ao certame. O edital, nesse caso, torna-se lei entre as partes.

Nesse sentido, cita-se a lição de Maria Sylvia Zanella di Pietro:

“Trata-se de princípio essencial cuja inobservância enseja nulidade do procedimento. Além de mencionado no art. 3º da Lei 8.666/93, ainda tem o seu sentido explicitado, segundo o qual “a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada”. E o art. 43, inciso V, ainda exige que o julgamento e classificação das propostas se façam de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital. O princípio dirige-se tanto à Administração, como se verifica pelos artigos citados, como aos licitantes, pois estes não podem deixar de atender aos requisitos do instrumento convocatório (edital ou carta-convite); se deixar de apresentar a documentação exigida, serão considerados inabilitados e receberão de volta, fechado o envelope-proposta (art. 43, inciso II); se deixarem de atender as exigências concernentes a proposta, serão desclassificados (art. 48, inc. I).”

Sobre o tema, a doutrina do festejado administrativista Hely Lopes Meirelles<sup>2</sup> nos esclarece:

“A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. [...]. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula

---

<sup>2</sup> MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 32 ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 274/275.



*Handwritten signature and initials*



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu. Assim, estabelecidas as regras do certame, tornam-se inalteráveis para aquela licitação, durante todo o procedimento.”

E consoante leciona Celso Antônio Bandeira de Mello<sup>3</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 prevê 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 o 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.””

Adilson Abreu Dallari<sup>4</sup> apostila:

“Acreditamos que os elementos verdadeiramente essenciais a qualquer modalidade de licitação e que, por isso mesmo, devem ser considerados como princípios fundamentais deste procedimento são três: igualdade, publicidade e estrita observância das condições do edital.”

A jurisprudência é em idêntico sentido:

“MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. EDITAL. VINCULAÇÃO.

As previsões editalícias vinculam, com força de lei, a Administração e os licitantes, devendo ser estritamente obedecidos os seus comandos. (*Reexame Necessário em MS n. 2008.022248-0, de São Joaquim, Rel. Des. Sônia Maria Schimitz, Terceira Câmara de Direito Público, julgado em 12.02.2010.*)”

Nessa linha jurídica há que se entender o princípio da isonomia como impeditivo de criar uma “desigualdade injustificada”. No caso presente a desigualdade no julgamento seria latente com o ato classificatório de licitante descumpridor de regras do edital, igualando-o aos cumpridores das mesmas ou, pior ainda, conferindo-lhe vantagens que não poderiam ser aferidas por outros, com a mudança de regras no decorrer do certame.

---

<sup>3</sup> MELLO, Celso Antonio Bandeira. Curso de Direito Administrativo. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 572.

<sup>4</sup> DALLARI, Adilson Abreu. Aspectos Jurídicos da Licitação. Editora Juriscredi. p. 33.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

---

Noutro diapasão, o processamento das licitações nos termos assegurados na legislação é um direito público do recorrente. No mais, ressalte-se que a exigência editalícia combatida no descumprimento da requerente em apresentar propostas técnicas a contento, engembrado nos ditames mormente ao feito estabelecido não se trata de mero formalismo, como se quer fazer crer, mas de formalidade em si, sem a qual o procedimento poderia ser considerado inválido, posto que bem disciplinado no parágrafo único do art. 4º da Lei Federal nº 8.666/93:

“Art. 4º Todos quantos participem de licitação promovida pelos órgãos ou entidades a que se refere o art. 1º têm direito público subjetivo à fiel observância do pertinente procedimento estabelecido nesta lei, podendo qualquer cidadão acompanhar o seu desenvolvimento, desde que não interfira de modo a perturbar ou impedir a realização dos trabalhos.

Parágrafo único. O procedimento licitatório previsto nesta lei caracteriza ato administrativo formal, seja ele praticado em qualquer esfera da Administração Pública.”

Assim, a formalidade, o ato administrativo formal da forma de elaboração de propostas proficuas em pleno atendimento ao edital, como comprovação dessa condição, não pode ser relegada pela CPL, em tempo algum, sob pena, mais uma vez, de invalidar o procedimento, além de ofender a isonomia, burlar a legalidade e comprometer a segurança do procedimento.

Ora, se os licitantes ora recorrentes, ao elucubrarem o Edital, verificaram a existência de disposição editalícia com a qual não concordava, decerto deveria tê-lo impugnado, ante a faculdade prevista no §2º do mesmo artigo (41) e Lei de Licitações supramencionados. Todavia, não o fez e permaneceram silentes quanto a esses pontos, deixando prescrever esse direito para somente então, em sede de recurso, vir a contestar tal fato, em virtude de correta promulgação de ranking classificatório, por descumprimento das exigências do Edital. Então o recorrente anuiu com os termos do Edital, inclusive em relação aos motivos de inabilitação, já que se exige a estrita observância aos ditames editalícios.

Portanto, sabemos que a ninguém é dado o direito de se beneficiar da própria torpeza - NEMO TURPITUDINEM SUAM ALLEGARE POTEST, ou seja, não haveria razão de só neste momento os licitantes entrarem com recursos para contestarem e se analisar tal ato, quando o momento oportuno já não mais existe, ante a concordância com as disposições editalícias.

Dessa forma, ante todo o exposto, passemos à opinião final.

Disso, reiterando que esta Comissão, não se prendendo a tecnicismos, rigorismos ou legalismos, não se confundindo este último com legalidade, da qual não nos afastamos, e se efetuando uma interpretação telcológica da licitação, ou seja, o fim a que se destina, que é sempre a busca da proposta mais vantajosa para a Administração, busca esta que só pode ser obtida com a obtenção da contratação mais segura para o Poder Público, aliada à estrita observância do princípio constitucional da isonomia, e em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA

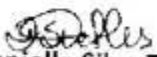
publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos entendemos, respaldados pelo relatório técnico de lavra da subcomissão técnica, corroborado pelo acima demonstrado, estar em consonância com os ditames legais atinentes à matéria a manutenção quanto à classificação inicialmente promulgada, o que entendemos, inclusive, para salvaguardar o interesse do Poder Público, e no intuito de atingir a finalidade mor da licitação, qual seja a obtenção da proposta mais vantajosa para a Administração, calcada na isonomia da competitividade entre os participantes, atendimento às normas atinentes e segurança da contratação.

Assim, diante do exposto, esta Comissão, fundamentada nas razões aqui apresentadas, no art. 109 da Lei nº 8.666/93, no item 14 do Edital e, ainda, no art. 41 da mesma Lei de Licitações, **DECIDE** no sentido de conhecer, tanto os recursos, quanto as contrarrazões, apresentadas, posto que são tempestivos e legítimos e, assim, após procedida a análise dos seus argumentos para, nos méritos, **CONSIDERÁ-LOS PARCIALMENTE PROCEDENTES**, conhecendo-se parcialmente das alegações, contudo, provendo a manutenção da decisão proferida inicialmente, contudo, com novas notas atribuídas, oportunidade em que transcrevo-o:

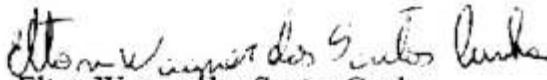
- 1) **EMPAUTA COMUNICAÇÃO E MARKETING**: 77 (setenta e sete) pontos;
- 2) **OBJECTIVA COMUNICAÇÃO LTDA**: 76,6 (setenta e seis vírgula seis) pontos;
- 3) **NOVI COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EIRELI – ME**: 73,7 (setenta e três vírgula sete) pontos.

É o relatório e entendimento manifesto. À superior consideração.

Itabaiana, 13 de maio de 2022.

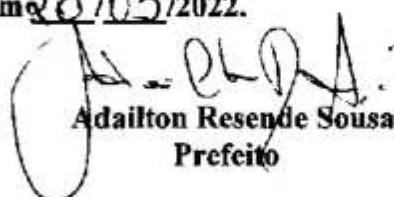
  
Danielle Silva Telles  
Presidente da CPL

  
Andrea Batista dos Santos  
Membro

  
Elton Wagner dos Santos Cunha  
Membro

*Ratifico o presente Relatório mantendo o Ranking anteriormente proferido.  
Dê-se conhecimento.*

Em 20/05/2022.

  
Adailton Resende Sousa  
Prefeito