

À  
**Comissão Permanente de Licitação da  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | RJ.**  
ATT.: Sr. Marcelo da Silva Pinto | Presidente  
REF.: Impugnação ao Edital Concorrência Pública  
n.º: 001 | 2021

**DUELO COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. - EPP.**, com sede na cidade de Volta Redonda, na Rua Alberto Pasqualine, n.º: 184 - casa, Vila Santa Cecília, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas | CNPJ. do Ministério da Economia | ME. sob o n.º: 02.942.624 | 0001-53, neste ato representada por **GERALDO ANDRÉ MACIEL COSTA** - brasileiro, jornalista e administrador de empresas, portador da Carteira de Identidade | Registro Geral (RG) n.º: 076.986.76-9 - emitida pelo Instituto Félix Pacheco | IFP. - RJ. - emitida em 05.09|1985 e inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas | CPF. do Ministério da Economia | ME. - gerenciado pela Receita Federal do Brasil | RFB. com o n.º: 942.150.737 -15, nos autos da **Concorrência Pública n.º: 0001 | 2021 e em seu referido Processo Administrativo n.º: 160 | 2021** - vem, tempestivamente e de acordo com o disposto na redação do **parágrafo 2º da do artigo 41 da Lei Federal n.º: 8.666 - de 29.06|1993 - IMPUGNAR** vários itens e questões do **Edital Concorrência Pública n.º: 0001 | 2021**, se fundamentando em fatos, no determinado próprio no Edital e na legislação vigente, que apresentam a seguir:

*“Parágrafo 2º - Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação perante a administração o LICITANTE que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação em concorrência (grifo nosso), a abertura dos envelopes com as propostas em convite, Tomada de Preços ou concurso, ou a realização de leilão, as falhas ou irregularidades que viciariam esse Edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso. (Redação dada pela Lei Federal n.º: 8.883 - de 08.06|1994)*”

- I -  
**DO EDITAL**

**01.1/-** Os itens **4.2, 4.3 e 4.4 do capítulo 04 | Fonte de Recursos do Edital Concorrência Pública nº.: 001 | 2021** não apresentam as informações obrigatórias indicadas no **artigo 21 do Capítulo IV da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** - ou seja, não discrimina “as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública”, tornando INSEGURA a correta apresentação das propostas técnicas e comerciais pelas empresas LICITANTES e projeta uma ILEGAL execução contratual.

**01.1.1/-** Segue abaixo - para ciência, as transcrições - na íntegra, das redações do **capítulo 04 | Fonte de Recursos do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** e do **artigo 21 do capítulo IV da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**:

**04 | FONTE DE RECURSOS**

- 4.1** - Elemento de Despesa nº.: 3390.39.00.00.00
- 4.2** - Programa de trabalho nº.: 01310332050050000
- 4.3** - Código Reduzido nº.: 22
- 4.4** - Valor Reservado: R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais).

**CAPÍTULO IV**

**DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS**

**Artigo 21** - Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na Lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com **publicidade institucional** e com **publicidade de utilidade pública** - inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

**01.2/-** Deve a **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR** as redações dos itens **4.2, 4.3 e 4.4 do capítulo 04 | Fonte de Recursos do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** - aos termos da redação do **artigo 21 do Capítulo IV da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**.

**01.3/-** Outro ERRO GRAVE que demonstra a desorganização do **Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** apresentado ao mercado publicitário pela CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ é a apresentação de redação CONFUSA e CONTRADITÓRIA em relação ao número de agências a serem contratadas, como veremos na sequência apresentada.

**01.3.1/-** Se logo no preâmbulo do **Edital da Concorrência Pública nº.: 001 | 2021** a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ dá a entender ao mercado publicitário e as eventuais empresas LICITANTES que quer contratar uma única AGÊNCIA de Publicidade; por sua vez - CONTRADITÓRIAMENTE, as redações dos **itens 8.5 e 17.5** e do **item 7.1 da Cláusula Sétima da Minuta do Contrato | Anexo X**, dão a entender - CLARAMENTE, no plural de CONTRATOS e CONTRATADAS e até mesmo se falando até mesmo de SELEÇÃO INTERNA de AGÊNCIAS (SIC); que serão admitidas mais de uma (quantas seriam?) AGÊNCIA de Publicidade para atender à CMM.

**8.5 -** A CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ nomeará 01 (um) gestor e 02 (dois) fiscais para executar o acompanhamento e a fiscalização dos **contratos resultantes desta concorrência** e registrar - caso ocorra, ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as **CONTRATADAS**, objetivando sua imediata correção. **(grifos nosso)**

**17.5 -** A CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ nomeará 01 (um) gestor e 02 (dois) fiscais para executar o acompanhamento e a fiscalização dos **contratos resultantes desta concorrência** e registrar, caso ocorra ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as **CONTRATADAS**, objetivando sua imediata correção. **(grifo nosso)**

**CLÁUSULA SÉTIMA**

**- DO PROCEDIMENTO INTERNO DE SELEÇÃO**

7.1 - Para a execução das ações de comunicação publicitária pela adjudicatária da licitação, será instituído procedimento de **seleção interna entre as CONTRATADAS** cuja metodologia adotará o critério de maior desconto. **(grifo nosso)**

**01.4/-** Deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. ESCLARECER, CORRIGIR e HARMONIZAR as redações dos **itens 8.5 e 17.5 e do item 7.1 da Cláusula Sétima da Minuta do Contrato | Anexo X do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, para possibilitar que as empresas LICITANTES possam apresentar suas Propostas Comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL.

**01.05/-** Por fim - o que talvez explique a série de INADEQUAÇÕES, ERROS, IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES apontadas anteriormente, em 02 (dois) momentos diferentes: **alíneas 'e' dos Anexos IV e V do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, a **CÂMARA** se posiciona como a **PREFEITURA MUNICIPAL DE MACAÉ**, como veremos na sequência apresentada.

**ANEXO IV**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

e) Que o conteúdo da proposta anexa não foi - no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido com ou recebido da **PREFEITURA MUNICIPAL DE MACAÉ** antes da abertura oficial das propostas. **(grifo nosso)**

**ANEXO V**

**FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA**

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **PREFEITURA MUNICIPAL DE MACAÉ**, sem ônus adicionais, na vigência do Contrato. **(grifo nosso)**

**01.06/-** Deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. ESCLARECER, CORRIGIR e HARMONIZAR as redações das **alíneas 'e' dos Anexos IV e V do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, para possibilitar que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas técnicas e comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL.

**01.07/- O Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 por 02 (duas vezes): item 1.1 | PREÂMBULO (página 01) e item 13.8 | DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS (página 13) apresenta referência ILEGAL, já EXCLUÍDA pela redação do artigo 6º do Capítulo II | DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, cuja redação segue abaixo - na íntegra:**

## **CAPÍTULO II**

### **DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**Artigo 6º - A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do artigo 40 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu parágrafo 2º, e às seguintes: (grifos nossos)**

**01.07.1/- Por sua vez, segue abaixo transcrita - também na íntegra, as redações dos incisos I e II do parágrafo 2º do artigo 40 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993:**

**Parágrafo 2º - Constituem anexos do Edital, dele fazendo parte integrante:**

**I - O PROJETO BÁSICO e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos. (grifo nosso)**

**II - Orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários.**

**01.07.2/- Para simples cotejamento, seguem abaixo transcritas - também na íntegra, as redações dos itens 1.1 | PREÂMBULO (página 01) e 13.8 | DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS (página 13):**

1.1 - Edital de Licitação por Concorrência no 0001/2021 do tipo melhor técnica, execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, regida pelo que dispõe a **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29 de abril de 2010**, a **Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|93**, com as alterações da **Lei Federal nº.: 8.883 - de 08.06|1994** e da **Lei Federal nº.: 9.648 - de 27.05|1998**, Aplicam-se também a esta concorrência o **Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01.02|1966** e o **Decreto Federal nº.: 4.563 - de 31.12|2002**, o **Código de Ética dos Profissionais de Propaganda - instituído pelo I Congresso Brasileira de Propaganda**, realizado na cidade do Rio de Janeiro em outubro de 1957, o **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária - instituído pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária | CONAR. - em 05 de maio de 1980** as disposições deste **PROJETO BÁSICO. (grifos nossos)**

13.8 - A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via NÃO-IDENTIFICADA (Envelope nº.: 01) e do Conjunto de Informações (Envelope nº.: 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste **PROJETO BÁSICO**, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no **subitem 10.1.3.3. (grifos nossos)**

01.08/- Deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR as redações dos dos itens 1.1 | **PREÂMBULO** (página 01) e 13.8 | **DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS** (página 13) do **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** - aos termos da redação do **artigo 6º do Capítulo II | DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS** da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, para possibilitar que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas técnicas de forma SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL.

- II -

## **SOBRE A IRREGULAR E ILEGAL CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO**

### **i/- DA FALTA DE TRANSPARÊNCIA NA FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO**

**02.1/-** Inicialmente, cabe destacar **ESTRANHO PROCEDIMENTO** adotado pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM.

**02.02/-** A Comissão Permanente de Licitação | CPL. publicou na página 10 da Edição nº.: 247 do Boletim Oficial | BO. do Município de Macaé em 21.05|2021, uma relação contendo 09 (nove) nomes de profissionais comporem a relação de nomes para o sorteio de membros que comporiam a SubComissão Técnica | SubCom. que iria julgar as propostas técnicas a serem apresentadas pelas empresas Licitantes na **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021.**

**02.03/-** Nos causou estranheza - em consulta no site da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM., constar apenas a publicação dos nomes que vão participar do sorteio para a SubComissão Técnica.

**02.04/-** Da mesma forma e na mesma plataforma digital, tentamos localizar - sem sucesso, uma publicação de um Edital de **Chamamento Público** para a formação da SubComissão Técnica | SubCom.

**02.05/-** Ao que está demonstrado no site da CMM., **TODOS** os membros da relação a ser sorteada para formação da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento foram **DIRETAMENTE** indicados pela administração pública, pois não se pode encontrar o referido documento no site da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ.

**02.05.1/-** Ou seja, a relação **COMPLETA** dos membros da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento foram indicados através de um simples ato administrativo, sem nenhum **Chamamento Público**, que permitisse que a sociedade civil - ou outros profissionais interessados, participassem do certame licitatório.

**02.06/-** Tal procedimento afronta os termos da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** e o **Princípio da Transparência**, por - obviamente, fragilizar a isenção do julgamento, já que a **CONSTATAÇÃO É ÓBVIA: quem indica o todo - INDUBITAVELMENTE, indica e controla qualquer parte desse todo.**

**02.07/-** Tal **FALTA DE TRANSPARÊNCIA** fragiliza a isenção do julgamento das propostas técnicas e contamina todo o processo licitatório.

**02.08/-** A inexistência de um **TRANSPARENTE** e **DEMOCRÁTICO chamamento público** para inscrição dos membros da SubComissão Técnica, além de IMPEDIR a livre participação de profissionais do mercado - que poderiam demonstrar interesse em se inscrever, fere de morte a

norma aplicada pela maioria dos órgãos públicos, que já realizaram o mesmo tipo de contratação através de licitação.

**02.08.1/-** Além disso, deixa de cumprir a motivação principal da criação da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, que é a de diminuir a influência da administração pública nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, para que o processo se torne mais **TRANSPARENTE** e **ISONÔMICO** - impedindo assim, que direcionamentos ou preferências possam acontecer.

**02.09/-** O **Ministério Público da União | MPU.**, em documento datado de 20.06|2016, afirma que *“sem o chamamento público, a formulação da relação de profissionais e da subcomissão técnica ficaria limitada à Administração, afastando-se do espírito da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, pois todos os candidatos teriam sido escolhidos - livremente, pela própria Administração (grifo nosso)”*.

**02.10/-** Ainda mais **ESTRANHO** ainda é que tal decisão vai de encontro a dezenas de outras recentes licitações de serviços de publicidade e propaganda em instituições públicas no país.

**02.11/-** Em **RÁPIDA, FÁCIL** e **SIMPLES** busca na internet e no site institucional de diversas instituições públicas do país, podemos localizar **100 (cem) exemplos** iniciais:

**01 | Tribunal de Contas do Estado de Alagoas | TCE. - AL.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2017).

**02 | Tribunal Regional do Trabalho | TRT. - Maceió** (Chamamento Público nº.: 001 | 2012).

**03 | Governo do Estado de Santa Catarina | SC.** (Chamamento Público nº.: 052 | 2019).

**04 | Governo do Estado do Amazonas | AM.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).

**05 | Governo do Estado do Acre | AC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).

**06 | Governo do Estado do Rio Grande do Norte | RN.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).

**07 | Governo do Estado de Rondônia | RO.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2017).

**08 | Assembleia Legislativa do Estado do Tocantins | TO.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2018).

**09 | Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba | PA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).

**10 | Assembleia Legislativa do Estado de Roraima | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**11 | Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**12 | Prefeitura Municipal de Salvador | BA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2013).

- 13 | Prefeitura Municipal de Goiânia | GO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2010).
- 14 | Prefeitura Municipal de Corumbá | MS.** (Chamamento Público nº.: 005 | 2018).
- 15 | Prefeitura Municipal de Belém | PA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 16 | Prefeitura Municipal de Pato Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 006 | 2019).
- 17 | Prefeitura Municipal de Dourados | MT.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 18 | Prefeitura Municipal de Paulínia | SP.** (Chamamento Público nº.: 006 | 2018).
- 19 | Prefeitura Municipal de Petrópolis | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 20 | Prefeitura Municipal de Arraial do Cabo | RJ.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 21 | Prefeitura Municipal de Porto Real | RJ.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 22 | Prefeitura Municipal de Araras | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2010).
- 23 | Prefeitura Municipal de Bragança Paulista | SP.** (Decreto Municipal nº.: 2.950 - de 25.04|2019).
- 24 | Prefeitura Municipal de Piracicaba | SP.** (Chamada Pública - de 30.08|2017).
- 25 | Prefeitura Municipal de Igarapé | MG.** (Chamamento Público nº.: 006 | 2018).
- 26 | Prefeitura Municipal de Araranguá | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 27 | Prefeitura Municipal de Goianésia | GO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 28 | Prefeitura Municipal de Lagoa Santa | MG.** (Edital de Convite e Cadastramento - de 14.01|2019).
- 29 | Prefeitura Municipal de São Lourenço da Mata | PE.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 30 | Prefeitura Municipal de Itacaré | BA.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 31 | Prefeitura Municipal de Campo Grande | MS.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 32 | Prefeitura Municipal de Campo Verde | MT.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 33 | Prefeitura Municipal de Caraguatatuba | SP.** (Chamamento Público nº.: 010 | 2018).
- 34 | Prefeitura Municipal de Eunápolis | BA.** (Chamamento Público nº.: 005 | 2019).

- 35 | Prefeitura Municipal de Porto Velho | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 36 | Prefeitura Municipal de Canela | RS.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 37 | Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante | CE.** (Chamamento Público nº.: 2019.03.20.001).
- 38 | Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe | PE.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 39 | Prefeitura Municipal de Governador Valadares | MG.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2018).
- 40 | Prefeitura Municipal de Garanhuns | PE.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2017).
- 41 | Prefeitura Municipal de Londrina | PR.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2014).
- 42 | Prefeitura Municipal de Valinhos | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2015).
- 43 | Prefeitura Municipal de Venâncio Aires | RS.** (Chamamento Público nº.: 007 | 2019).
- 44 | Prefeitura Municipal de Itaguara | MG.** (Chamada Pública nº.: 002 | 2018).
- 45 | Prefeitura Municipal de Peixoto de Azevedo | MT.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 46 | Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 47 | Prefeitura Municipal de Viamão | RS.** (Chamamento Público nº.: 005 | 2013).
- 48 | Prefeitura Municipal de Dois Vizinhos | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2014).
- 49 | Prefeitura Municipal de Nanuque | MG.** (Chamamento Público nº.: 008 | 2018).
- 50 | Prefeitura Municipal de Redenção | PA.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 51 | Prefeitura Municipal de Catalão | GO.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2017).
- 52 | Prefeitura Municipal de Franca | SP.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2019).
- 53 | Prefeitura Municipal de Marataízes | ES.** (Chamamento Público - de 11.04|2016).
- 54 | Prefeitura Municipal de Cariacica | ES.** (Chamamento Público nº.: 015 | 2014).
- 55 | Prefeitura Municipal de Tubarão | SC.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2017).
- 56 | Prefeitura Municipal de Caçapava | SP.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2014).

- 57 | Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná | PR.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2014).
- 58 | Prefeitura Municipal de Araquari | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2014).
- 59 | Prefeitura Municipal de Lençóis Paulista | SP.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2018).
- 60 | Prefeitura Municipal de Cruz Machado | PR.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2018).
- 61 | Prefeitura Municipal de Telêmaco Barbosa | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 62 | Prefeitura Municipal de Porto Vitória | PR.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).
- 63 | Prefeitura Municipal de Maripá | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 64 | Prefeitura Municipal de São José | SC.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2013).
- 65 | Prefeitura Municipal de SINOP | MT.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2013).
- 66 | Prefeitura Municipal de Aracruz | ES.** (Chamamento Público nº.: 004 | 2013).
- 67 | Prefeitura Municipal de Paraty | RJ.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2020).
- 68 | Prefeitura Municipal de Pinheiral | RJ.** (Chamada Pública nº.: 005 | 2020).
- 69 | Prefeitura Municipal de Pirai | RJ.** (Chamada Pública nº.: 003 | 2021).
- 70 | Prefeitura Municipal de Paty do Alferes | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 71 | Empresa Salvador Turismo | BA.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 72 | Consórcio Intermunicipal Grande ABC | SP.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2018).
- 73 | Câmara Municipal de Petrópolis | RJ.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).
- 74 | Câmara Municipal de Belo Horizonte | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2011).
- 75 | Câmara Municipal de Poças de Caldas | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 76 | Câmara Municipal de Imbituba | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).
- 77 | Câmara Municipal de São Paulo | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).
- 78 | Câmara Municipal de Maringá | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2021).

**79 | Câmara Municipal de Contagem | MG.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).

**80 | Câmara Municipal de Pato Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**81 | Câmara Municipal de Rio Branco | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2016).

**82 | Câmara Municipal de Guarujá | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2018).

**83 | Câmara Municipal de Criciúma | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2013).

**84 | Câmara Municipal de Limeira | SP.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**85 | Câmara Municipal de Pinhalzinho | SC.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**86 | Câmara Municipal de Jaru | RO.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2019).

**87 | Câmara Municipal de Cáceres | MT.** (Chamamento Público | 2019).

**88 | Câmara Municipal de São José dos Pinhais | PR.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2016).

**89 | Câmara Municipal de São Bernardo do Campo | SP.** (Chamamento Público nº.: 003 | 2019).

**90 | Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil | CAU.** (Chamada Pública nº.: 002 | 2019).

**91 | Conselho Federal de Odontologia | CFO.** (Chamada Pública nº.: 001 | 2018).

**92 | Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul | CREMERS.** (Chamada Pública nº.: 003 | 2019).

**93 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo | CREA. - SP.** (Chamada Pública nº.: 002 | 2018).

**94 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado de Mato Grosso | CREA. - MT.** (Chamada Pública nº.: 001 | 2019).

**95 | Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado do Ceará | CREA. - CE.** (Chamada Pública nº.: 001 | 2019).

**96 | Conselho Federal de Farmácia | CFF.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2009).

**97 | Conselho Regional de Psicologia do Rio Grande do Sul | CRPRS.** (Chamamento Público nº.: 001 | 2017).

**98 | Departamento de Água e Esgoto de Marília | DAEM.** (Procedimentos de inscrição e seleção dos membros da subcomissão técnica).

**99 | Fundação Centro Universitário de Mandaguari | UNIMAN. - PR.** (Procedimentos de inscrição e seleção dos membros da subcomissão técnica).

**100 | ELETRONORTE | AM.** (Chamamento Público nº.: 002 | 2015).

**02.11/-** Fato estranho ao ordenamento licitatório, é que não se consegue encontrar em nenhum item ou subitem da redação do **Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** - ou ainda em quaisquer de seus 12 (doze) anexos, um único argumento que justifique a decisão de não se promover um chamamento público para dar transparência à formação da relação de membros a serem sorteados para comporem a SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES do referido processo licitatório - ora em tela.

**02.12/-** Por todo o exposto acima - em detalhes, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. APRESENTAR as bases legais para a não convocação e a consequente não permissão de participação de profissionais do mercado publicitário na composição da relação de membros a serem sorteados para compor a SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.13/-** Deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR tal OMISSÃO e promover um transparente chamamento público de profissionais do mercado publicitário para comporem a relação de membros externos e sem vínculo com a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. que serão sorteados para compor a SubComissão Técnica | SubCom. de julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

## **ii./- DA INVERSÃO DA PROPORÇÃO | EXIGÊNCIA LEGAL DE MEMBROS INTERNOS E EXTERNOS PARA A FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO**

**02.14./-** A maneira que a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. determinou para a composição da SubComissão Técnica | SubCom. de Julgamento das propostas técnicas das empresas LICITANTES é EQUIVOCADA e se utiliza de forma DESPROPORCIONAL os CLAROS parâmetros determinados pela redação do **parágrafo 2º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, cuja redação segue abaixo para ciência, na íntegra.

**Parágrafo 2º -** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá - no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por - pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual - direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

**02.15/-** A única exceção a proporção narrada no **parágrafo 2º** (relação com o triplo do número de integrantes da SubCom) e que é aceita pela **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** está regrada em seu parágrafo seguinte - o **terceiro** (transcrição abaixo), que permite uma relação de profissionais com apenas o dobro do número de integrantes da SubCom., desde que o valor estimado para o processo licitatório seja de até 10 (dez) vezes o limite previsto na **alínea 'a' do inciso II do artigo 23 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993** - ou seja: 10 x R\$ 176.000,00 = **R\$ 1.760.000,00** (um milhão, setecentos e sessenta mil reais).

**Parágrafo 3º** - Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na **alínea 'a' do inciso II do artigo 23 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21 de junho de 1993**, a relação prevista no **parágrafo 2º** deste artigo terá - no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por - pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual - direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

**02.15.1./-** Importante realçar que o valor base de referência foi reajustado pela redação da **alínea 'a' do inciso II do Decreto Federal nº.: 9.412 - de 18.06|2018**, cuja redação segue na sequência, na íntegra.

**Artigo 1º** - Os valores estabelecidos nos **incisos I e II do 'caput' do artigo 23 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993**, ficam atualizados nos seguintes termos:

**II** - Para compras e serviços não incluídos no **inciso I**:

**a)** Na modalidade convite - até R\$ 176.000,00 (cento e setenta e seis mil reais).

**02.16/-** Em continuidade, a simples leitura da **RELAÇÃO DOS NOMES PARA SORTEIO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA** publicada pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. na página 10 da Edição nº.: 247 do Boletim Oficial | BO. do Município de Macaé em 21.05|2021, deixa claro que - tais proporções entre membros internos e externos (sem vínculo com a CMM.), estão apresentadas nitidamente **INVERTIDAS**, se materializando em um **VÍCIO INSANÁVEL** e uma afronta ao termo legal.

**02.17/-** Por todo o exposto supracitado - em detalhes, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. APRESENTAR as bases legais para a alteração da proporção entre membros internos e externos (sem vínculo com a CMM.) na relação de profissionais que serão sorteados para julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES relativas à **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.18/-** Em continuidade lógica, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR a proporcionalidade entre os membros internos e externos (sem vínculo com a CMM.) na relação de profissionais que serão sorteados para julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES relativas à **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, REPUBLICANDO a relação ora atacada e abrindo novamente os prazos legais para impugnação.

**iii/- DA IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS CONSULENTES NAS RESPOSTAS DE QUESTIONAMENTOS PELA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**

**02.19/-** Outro VÍCIO INSANÁVEL do certame licitatório relativo à **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** foi materializado nas respostas dos questionamentos enviadas à TODAS as empresas LICITANTES pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM.

**02.20/-** Em 05 (cinco) respostas diferentes, em TODAS a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. IDENTIFICOU em suas respostas as empresas que fizeram corretamente seus questionamentos, em confronto ao objetivo maior da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** que preconiza por inúmeras vezes que o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária das propostas técnicas deve ser realizado de forma NÃO-IDENTIFICADA.

**02.21/-** Assim procedendo, a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. fragilizou e DEVASSOU as propostas técnicas das AGÊNCIAS: **DRPM** (questionamentos 1), **EUROFORT** (questionamentos 2), **PUBLIKÁ 7** (questionamentos 3), **AZ3** (questionamentos 4) e **EUROFORT (MAIS UMA VEZ)** (questionamentos 5).

**02.22/-** Por todo o exposto supracitado, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. APRESENTAR as bases legais para JUSTIFICAR a identificação das 05 (cinco) empresas LICITANTES em flagrante diferença ao padrão de TODAS as licitações de serviços de publicidade e propaganda no país e em AFRONTA ao objetivo maior da chamada Lei da Publicidade - uma Lei específica, a **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**.

**02.23./-** Em nome dos **Princípios da Razoabilidade, da Isonomia, da Eficiência, da Economicidade, da Impessoalidade, da Supremacia do Interesse Público e da Segurança Jurídica**; e - ainda, para proteger as propostas DEVASSADAS das empresas LICITANTES e pela segurança administrativa e jurídica do certame licitatório; deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - no intuito de CORRIGIR esse VÍCIO INSANÁVEL, ANULAR os atos pregressos IRREGULARES ora atacados, RECOMEÇANDO, REPUBLICANDO e REMARCANDO a data da primeira sessão pública da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021.**

**iiii./- DO PROFISSIONAL DA RELAÇÃO DE NOMES A SEREM SORTEADOS PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS QUE TEVE CIÊNCIA PRÉVIA E IRREGULAR DAS EMPRESAS LICITANTES**

**02.24./-** Mais um VÍCIO INSANÁVEL do certame licitatório relativo à **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** foi materializado nas respostas dos questionamentos enviadas à TODAS as empresas LICITANTES pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM.

**02.25./-** Nas 05 (cinco) respostas diferentes enviadas para TODAS as empresas LICITANTES, em TODAS elas a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. deu publicidade a respostas e/ou esclarecimentos realizados pelo jornalista **Junior Barbosa** - servidor da CMM., lotado no Setor de Comunicação da instituição.

**02.25.5./-** Inicialmente, chamamos a **atenção** para o fato que em TODAS as respostas e/ou esclarecimentos foram realizadas citando - de forma DIRETA e NOMINAL, as empresas LICITANTES - deixando INDUBITAVELMENTE TRANSPARENTE, que o servidor **Junior Barbosa** teve **ciência prévia** (e deu ciência prévia) das AGÊNCIAS de Publicidade que irão participar do certame licitatório, ora em análise.

**02.25.6.1./-** Na sequência, destacamos que o mesmo servidor | jornalista do Setor de Comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. faz parte da relação de profissionais a serem sorteados para a composição da SubComissão Técnica que irá julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES dentro dos trâmites da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021.**

**02.25.6.2./-** Como comprovação formal, tal relação foi publicada pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. para a ciência de TODAS as empresas LICITANTES e para qualquer cidadão - na página 10 da Edição nº.: 247 do Boletim Oficial | BO. do Município de Macaé em 21.05|2021.

**02.25.6.3/-** Nessa relação se pode encontrar o nome (e CPF.) do profissional FRANCISCO DE ASSIS BARBOSA JUNIOR entre os nomes que “*Mantém vínculo com a Câmara Municipal de Macaé*”.

**02.26./-** Cotejando os FATOS, resta EVIDENTE, que o servidor **Junior Barbosa** - ao mesmo tempo, está dando as **regras** do **Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** - e ainda, quer fazer parte do **juízo** dessas mesmas regras.

**02.27./-** Por todo o exposto supracitado, em respeito aos **Princípios da Razoabilidade, da Eficiência, da Impessoalidade, da Supremacia do Interesse Público e da Segurança Jurídica**; deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. **RETIRAR** o nome do servidor | jornalista **Junior Barbosa** da relação de profissionais a serem sorteados para a composição da SubComissão Técnica que irá julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES dentro dos trâmites da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.28./-** Em consequência processual lógica, deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - em obediência aos termos dos **parágrafos 5º e 7º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; **REPUBLICAR** a relação de profissionais a serem sorteados para a composição da SubComissão Técnica que irá julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES dentro dos trâmites da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.29./-** Em NECESSÁRIA consequência processual lógica, deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - em obediência aos termos do **parágrafo 4º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM., **REPUBLICAR** e **REMARCAR** a data da primeira sessão pública da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

#### **iiii./- DA AFRONTA AO PRINCÍPIO DA SEGREGAÇÃO DE FUNÇÕES**

**02.30./-** Outro VÍCIO INSANÁVEL é uma afronta ao consagrado **Princípio da Segregação das Funções** já que a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. o deixou **TRANSPARENTE** em seus atos e publicações, como explicitaremos na sequência.

**02.32./-** Em 05 (cinco) respostas diferentes, em **TODAS** a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. IDENTIFICOU em suas respostas as empresas que fizeram corretamente seus questionamentos, em confronto ao objetivo maior da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** que preconiza por inúmeras vezes que o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária das propostas técnicas deve ser realizado de forma **NÃO-IDENTIFICADA**.

**02.26.1./-** CONSIDERANDO que - pelo **Princípio da Segregação de Funções**, tal acúmulo de atribuições é vedada.

**02.26.2./-** CONSIDERANDO que o **Princípio da Segregação de Funções** é inteiramente aplicável às licitações públicas.

**02.26.3./-** A professora, advogada, especialista e consultora jurídica de licitações e contratos - Simone Zanotello de Oliveira, nos ensina que:

*“ ... isso ocorre para privilegiar o **Princípio da Segregação de Funções**. Esse princípio está voltado para a necessidade de haver uma repartição de funções entre os agentes públicos durante a realização de um processo, evitando atividades que sejam incompatíveis entre si, notadamente as que envolvam execução e fiscalização”.*

**02.26.4./-** Essa **segregação de funções** é importante para a segurança de todas as partes envolvidas no processo. Quando uma mesma pessoa realiza todas as etapas de um processo, ela fica mais vulnerável ao erro e - além disso, a detecção do erro também poderá ficar prejudicada (temos dificuldade de verificar nossos próprios erros).

*“Por outro lado, quando há várias pessoas envolvidas no processo, a subsequente sempre acabará exercendo um certo papel de fiscalização em relação à ação antecedente ...”.*

**02.26.5./-** A razão para não se aceitar que a mesma pessoa participe de mais de uma fase é simples: se um erro for cometido na fase de planejamento (e são vários), ele será mantido durante a realização da licitação e ao longo da duração do Contrato. Quando se tem um servidor diferentes em cada etapa, as chances de irregularidades caem significativamente, pois serão mais pessoas analisando aqueles serviços.

**02.26.6./-** O **Princípio da Segregação de Funções** é uma variante do **Princípio da Moralidade** (artigo 37 da Constituição da República Federativa do Brasil | CRFB - de 05.10|1988) e consiste na necessidade de a Administração repartir funções entre os agentes públicos, cuidando para que esses indivíduos não exerçam atividades incompatíveis umas com as outras, especialmente aquelas que envolvam a prática de atos e - posteriormente, a fiscalização desses mesmos atos.

**02.26.7./-** A observância ao **Princípio da Segregação de Funções** é requisito fundamental para se preservarem a isenção e a imparcialidade em quaisquer atividades que envolvam a função de licitar e de fiscalizar o serviço licitado.

**02.26.8./-** A aplicação desse princípio aos processos de contratação em órgãos públicos deve ser observada nas **03 (três) fases básicas do certame: planejamento, licitação e contrato**.

**02.26.9.-** A observância ao **Princípio da Segregação de Funções** é requisito fundamental para que sejam preservadas a isenção e a imparcialidade em quaisquer atividades que envolvam a função de fiscalizar, principalmente, em licitações públicas.

**02.26.10.-** Enfim, **quem planeja e dá a regra - não julga e não fiscaliza.**

**02.26.11.-** Vejamos a **jurisprudência** abaixo:

1

“Pessoal. Acumulação remunerada de cargos, empregos e funções. Segregação de Funções.

A segregação de funções é princípio básico (grifo nosso) do sistema de controle interno que consiste na separação das funções de autorização, execução, controle e contabilização das operações. Significa que nenhum agente público deve controlar todas as fases inerentes a uma operação, ou seja, cada fase deve ser executada por pessoas e setores independentes entre si, possibilitando a realização de um controle cruzado”. (Resolução TCE. | MT. nº.: 31 | 2010)

2

“**9.4.14 - Indique, ao nomear representante da Administração para acompanhar e fiscalizar a execução de contratos da Unidade, servidor fiscal que não esteja envolvido diretamente com a obtenção e negociação das prestações de serviços e/ou fornecimentos (grifo nosso), de acordo com as disposições do artigo 67 da Lei Federal nº.: 8.666/1993”.** (Acórdão nº.: 2455 | 2003 | TCU. - Primeira Câmara)

3

“**9.4 - Determinar ao Departamento Nacional de Obras Contra as Secas, Coordenadoria Estadual em Pernambuco, que:**

**9.4.3 - Designe servidores distintos para compor comissão de licitação e para efetuar a fiscalização de contratos, em respeito ao Princípio da Segregação de Funções”.** (Acórdão 1997 | 2006 | TCU. - Plenário)

4

“ ... Mais ainda, é essencial que o agente que fiscaliza detenha independência e não tenha compromissos ou relações com o órgão executor. Atribuir a execução e fiscalização a um mesmo agente seria ir contra todos esses princípios.

(Relatório, Acórdão TCU. 140 | 2007, Plenário - Ministro Marcos Vilaça)

5

“Esse raciocínio também deve ser estendido a titulares de cargos | funções comissionados que praticam, dentre outros, atos de gestão inerentes a esses contratos ou cuja área seja beneficiada com as ações previstas nesses ajustes. (Relatório, Acórdão TCU. 2146 | 2011, 2ª Câmara - Ministro José Jorge)

6

- Assunto: **SEGREGAÇÃO DE FUNÇÕES**. DOU. de 14.04|2014, S.1, página 132.

“Ementa: O TCU. deu ciência ao Ministério do Turismo acerca de impropriedade no processo de contratação da Associação Brasileira de Agências de Viagens | ABAV., para sua participação na Feira das Américas 2013, caracterizada por falhas de governança e ausência de controles internos eficazes, que resultaram na ausência de planejamento adequado da contratação e na concentração de poder de decisão em um único gestor, violando o Princípio da Segregação de Funções ...”

(item 1.6.2.2, TC-025.243|2013-6, Acórdão nº.: 1.315|2014 - 2ª Câmara).

**02.27./-** Por todo o exposto supracitado, em respeito aos **Princípios da Segregação de Funções, da Razoabilidade, da Eficiência, da Impessoalidade, da Supremacia do Interesse Público e da Segurança Jurídica**; deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. RETIRAR o nome do servidor | jornalista **Junior Barbosa** da relação de profissionais a serem sorteados para a composição da SubComissão Técnica que irá julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES dentro dos trâmites da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.28./-** Em consequência processual lógica, deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - em obediência aos termos dos **parágrafos 5º e 7º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; REPUBLICAR a relação de profissionais a serem sorteados para a composição da SubComissão Técnica que irá julgar as propostas técnicas das empresas LICITANTES dentro dos trâmites da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**02.29./-** Em NECESSÁRIA consequência processual lógica, deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - em obediência aos termos do **parágrafo 4º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; deve a Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM., REPUBLICAR e REMARCAR a data da primeira sessão pública da **Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

- III -  
**DA PROPOSTA COMERCIAL**

**03/-** O texto do **Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** faz exigência irregular em relação às propostas comerciais das empresas LICITANTES, como explicitaremos - em detalhes, em continuidade.

**03.1/-** A primeira irregularidade é a exigência (sic) constante nas redações do **subitem 12.1.1.1** (página 11) e do **item 20.5** (página 25) no **terceiro item** (de 4) do **Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO** (página 42) do **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, cujas transcrições seguem na sequência - na íntegra:

**"12.1.1.1** - Do valor global de **R\$ 1.800.000,00** (um milhão oitocentos mil reais) para esta licitação, a Estimativa de Investimento Bruto em mídia é de **R\$ 1.440.000,00** (um milhão quatrocentos e quarenta mil reais). Com isso, a parcela do "**Desconto de agência**" (20 %) a reverter para a Câmara Municipal de Macaé será de **02 %** (dois por cento), conforme a tabela das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP".

**20.5** - Do valor global de **R\$ 1.800.000,00** (um milhão e oitocentos mil reais) para esta licitação, a estimativa de Investimento Bruto em mídia é de **R\$ 1.440.000,00** (um milhão quatrocentos e quarenta mil reais). Com isso, a parcela do "**Desconto de agência**" (20 %) a reverter para a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ será de **2 %** (dois por cento), conforme a tabela das **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA** do **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**.

**ANEXO I**  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO**  
\* Que - dos **20 %** (vinte por cento) do "**Desconto de Agência**", reverterá para o Município a parcela de **02 %** (dois por cento).

**02.2/-** Tal exigência é **absurda e desproporcional** aos parâmetros apresentados pela própria CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ no **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**03.3/-** Mais: tal exigência não encontra suporte na referida “*tabela das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP*” - referenciada pela própria CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ no **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**.

**03.4/-** ‘*Á priori*’, cabe esclarecer que a nomeação correta da citada “*tabela*” é: **Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**. - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP. em 16.12|1998.

**03.4.1/-** Importante informar que o conteúdo do **Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**. - inclusive, foi especificamente atualizado em 16.07|2019.

**03.4.2/-** A referência ao **Anexo B** está - inclusive, claramente indicada, definida e determinada no **item 3.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**., cuja transcrição segue na sequência - na íntegra:

**“3.5 - Nas transações entre ANUNCIANTES e AGÊNCIAS tendo por objeto a parcela negociável do “Desconto-Padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” a estas Normas-Padrão”.**

**03.5/-** Para que fique transparente e devassada a irregularidade da exigência constante nas redações do **subitem 12.1.1.1** e do **terceiro item (de 4) do Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO** do **Edital Concorrência Pública nº.: 001 | 2021** - inicialmente, transcrevemos na sequência - na íntegra, o conteúdo do **Adendo ao Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**..

“ADENDO AO ANEXO ‘B’ DAS NPAP (APROVADO EM 16.07 2019) INVESTIMENTO BRUTO	PERCENTUAL DO INVESTIMENTO ANUAL EM MÍDIA   DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES REALIZADOS PELO ANUNCIANTE
Abaixo de R\$ 2.500.000,00	0 % (zero por cento)
De R\$ 2.500.000,00 até R\$ 7.500.000,00	2 % (dois por cento)
De R\$ 7.500.000,00 até R\$ 25.000.000,00	3 % (três por cento)
De R\$ 25.000.000,00 até 40.000.000,00	5 % (cinco por cento)
De R\$ 25.000.000,00 até 40.000.000,00	6 % (seis por cento)
De R\$ 40.000.000,00 até 55.000.000,00	7 % (sete por cento)
De R\$ 55.000.000,00 até 70.000.000,00	8 % (oito por cento)
De R\$ 70.000.000,00 até 85.000.000,00	9 % (nove por cento)
Acima de R\$ 100.000.000,00	10 % (dez por cento)

1.2 - Para os benefícios previstos neste adendo, pressupõe-se que os **investimentos totais em mídia (grifo nosso)**, realizados anualmente, tenham as seguintes premissas:

a) Total dos investimentos realizados em veículos aderentes ao ambiente de autorregulação, por CLIENTE-ANUNCIANTE (soma dos investimentos realizados por meio de suas agências certificadas), com liberdade negocial entre o

CLIENTE e suas AGÊNCIAS, garantindo - no entanto, os parâmetros dos benefícios.

b) Serão consideradas as verbas de mídia investidas apenas em veículos aderentes às **Normas-Padrão**, excluindo-se aqueles que não fixam a remuneração da AGÊNCIA pela intermediação de mídia.

c) Equilíbrio econômico de cada relação comercial quando o CLIENTE investir por mais de uma AGÊNCIA.

d) Havendo mais de uma conta de publicidade para atendimento, o CLIENTE-ANUNCIANTE poderá negociar com as AGÊNCIAS envolvidas parcela do valor referente ao **desconto-padrão**, de forma que a média aritmética simples obtida no cálculo dos valores revertidos, em relação ao total do investimento em mídia, esteja em conformidade aos parâmetros normativos.

e) Para promover o equilíbrio em relação às AGÊNCIAS que atendam contas menores de um CLIENTE-ANUNCIANTE, a AGÊNCIA com conta de publicidade com volume menor que **15 %** do total de investimento em mídia deste CLIENTE-ANUNCIANTE, os parâmetros deste adendo não são aplicáveis.

**1.3 - O desconto-padrão** será assegurado somente à AGÊNCIA de Publicidade, tanto em ambiente legal, como em ambiente autorregulado, conforme legislação federal e normas de autorregulação, e justifica-se nas 02 (duas) etapas dos serviços prestados por AGÊNCIA.

a) **1ª etapa:** envolve os serviços técnicos de planejamento de mídia prestados exclusivamente ao CLIENTE e sendo - portanto, relação privativa e exclusiva entre AGÊNCIA e ANUNCIANTE que - quando encerrada e aprovada, dá início à segunda etapa.

b) **2ª etapa:** compreendendo a negociação, contratação e distribuição da mídia aos veículos de comunicação | divulgação, após aprovação prévia e expressa do ANUNCIANTE, gerando - obrigatoriamente, como esclarece em caráter interpretativo o **artigo 19 da Lei Federal nº. 12.232 - de 29.04/2010**, o **desconto-padrão** remuneratório estabelecido pelo **artigo 11 da Lei Federal nº. 4.680**

- de 18.06|1965, incluindo o 'del-credere' (cobrar do CLIENTE os valores contratados e repassá-los imediatamente ao VEÍCULO).

1.3.1 - Em princípio, a AGÊNCIA só é remunerada pelos serviços relacionados à intermediação de mídia quando é executado o plano de mídia - ou seja, quando concretizada a integralidade das etapas acima, pois na sua ausência ou incompletude, a AGÊNCIA não possuirá direito a qualquer remuneração fixada por VEÍCULOS.

1.3.2 - A AGÊNCIA deverá ajustar a remuneração pelos serviços com seu CLIENTE-ANUNCIANTE sempre que a 2ª etapa descrita acima não se concretize, para que as condições econômicas de contratação sejam positivas e viáveis para a boa execução do Contrato.

1.4 - Os serviços prestados diretamente pela AGÊNCIA, que sejam ligados ou resultem em investimentos em mídia, poderão ser remunerados pelo **desconto-padrão**, desde que tenham sido previamente ajustados entre AGÊNCIA e ANUNCIANTE, conforme rol abaixo:

a) Concepção, criação e execução da publicidade e sua distribuição aos VEÍCULOS de divulgação | comunicação aderentes à autorregulação.

b) Supervisão dos trabalhos de produção externa, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia.

c) Cessão dos direitos de uso da criação nas campanhas a serem veiculadas, pois se presume que a criação intelectual, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à AGÊNCIA que os criou, observada a legislação sobre direito à propriedade intelectual.

d) Pesquisas relacionadas à concepção de peças e campanhas, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia.

e) Despesas diretamente relacionadas à equipe de profissionais e demais recursos (pesquisa de mídia, softwares e afins) necessários ao planejamento e execução de mídia.

f) Projetos de reposicionamento de marca que efetivamente motivem posterior investimento em mídia.

g) Custos dos serviços de 'checking', previstos na legislação de regência, quando houver:

**I - Viabilidade técnica:** disponibilidade do serviço de checagem realizada por terceiros em determinada praça, para aquele determinado VEÍCULO de comunicação | divulgação. Cabe à AGÊNCIA apresentar as devidas justificativas e comprovações para demonstrar a inviabilidade apontada.

**II - Viabilidade jurídica | econômica:** considerando os princípios do equilíbrio contratual, da economicidade e proporcionalidade, os custos com os serviços de 'checking' com auditoria independente não devem se revelar superiores aos custos médios de mercado de 'checking' e ao montante que a AGÊNCIA recebe de remuneração do **desconto-padrão**, referente a cada veiculação negociada, vale dizer, para cada contratação (pedido de inserção | PI.) existe a respectiva remuneração do desconto-padrão, sendo que os custos de 'checking' para esta veiculação não consomem - de fato, a remuneração da agência oriunda daquele PI., considerando o rol de serviços já elencados acima.

**1.5 -** O valor referente ao fee relacionado ao desconto-padrão deve ser igual ou maior ao mesmo, conforme previsões normativas do ambiente de autorregulação.

**1.6 -** Este adendo terá o início de sua vigência em 01 de janeiro de 2020, passando a vigor na data de sua publicação naquilo que couber.

**1.7 -** O acompanhamento aos novos parâmetros das **Normas-Padrão** será realizado por meio de um índice de aderência que:

(i) Será estruturado por meio de critérios objetivos, simples e realizado por terceiro independente, sob estritas regras de confidencialidade e sigilo da informação, sendo que seus resultados não se sujeitam a qualquer análise pelo Conselho de Ética.

(ii) Mensurado a cada biênio”.

**03.6/-** Dessa forma, em simples cotejamento do conteúdo do **Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, com as redações do **subitem 12.1.1.1** (página 11) e do **item 20.5** (página 25) no **terceiro item** (de 4) do **Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO** (página 42) do **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** do **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021**, resta EVIDENTE a IMCOMPATIBILIDADE do que é exigido pela **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**, com as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**.

**03.6.1/-** Tal exigência é tão ESTRANHA e IRREGULAR que - mesmo se admitindo a INÉDITA hipótese de que a **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**, investisse a totalidade da verba - ou seja: **100 %** (cem por cento) do valor máximo previsto no **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 (R\$ 1.800.000,00)** - ainda assim, o valor significaria apenas **72 %** (setenta e dois por cento) do limite mínimo **(R\$ 2.500.000,00)** indicado pela redação do **Anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**. - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP.

**03.6.2/-** Enfim, a reversão compulsória de **02 %** (dois por cento) do "**Desconto-Padrão de Agência | DPA**." imposta às empresas LICITANTES nas redações do **subitem 12.1.1.1** e do **terceiro item** (de 4) do **Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO** do **Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** é uma apropriação INDEVIDA e sem cobertura legal.

**03.6.3/-** Que se ressalte que os valores correspondentes do "**Desconto-Padrão de Agência | DPA**." constituem receitas da **AGÊNCIA** de Publicidade - unicamente, nos termos do **artigo 19** da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04/2010 - uma LEI ESPECÍFICA**, cuja redação segue abaixo - na íntegra, para que não restem mais dúvidas:

**Artigo 19** - Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao **Desconto-Padrão de Agência** pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da **AGÊNCIA** de publicidade e - em consequência, o **VEÍCULO** de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do **Desconto-Padrão** à **AGÊNCIA** de publicidade for efetivado por meio de **VEÍCULO** de divulgação.

**03.7/-** Por todo o exposto - em detalhes, anteriormente, deve a **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**, APRESENTAR as bases legais para exigir das empresas LICITANTES a reversão da parcela de **02 %** (dois por cento) do "**Desconto de agência**" (**20 %**) para a Câmara Municipal de Macaé, em confronto com o conteúdo da tabela das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

**03.8/-** Deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR as redações do subitem 12.1.1.1 e no terceiro item (de 4) do Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO do Edital Concorrência Pública nº.: 001 | 2021 - aos termos do Anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP. - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas- Padrão | CENP., para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL.

**03.9/-** Em análise sequencial, a exigência da redação do item 12.2 do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021, cuja redação segue abaixo - na íntegra, também é ABUSIVA, como demonstraremos na sequência.

“12.2 - Fica desde já estabelecido que será de 65 % (sessenta e cinco por cento) o valor percentual de desconto concedido sobre os custos dos serviços internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na **Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ.)**”  
(...)

**03.10/-** Inicialmente - que se destaque que a chamada **Lei da Publicidade: a Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010 - uma LEI ESPECÍFICA**, normatiza os critérios a serem utilizados em licitações para contratações de serviços de publicidade e propaganda em administrações públicas e - assim sendo, DETERMINA que as exigências para apresentação da proposta de preço deverá estar harmonizada com as “*formas de remuneração vigentes no mercado publicitário*”, como pode ser percebido em simples leitura do inciso V do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, que segue transcrito na sequência - na íntegra:

#### CAPÍTULO II

#### DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

**V - A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário (grifos nossos).**

**03.10.1/-** Tomando como ponto inicial a própria redação do **item 12.2 do Edital Concorrência Pública nº: 0001 | 2021** apresentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. que referencia o ressarcimento dos custos dos serviços internos das agências de publicidade aos parâmetros estabelecidos na **Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ.)** - e concordando que tal procedimento está CORRETO, já que este é o padrão de mercado que é utilizado em TODAS as licitações para contratações de serviços de publicidade e propaganda em administrações públicas no país, podemos avançar em lógica normativa.

**03.10.2/-** Tal procedimento se torna ainda mais CORRETO face que a utilização como base dos valores estabelecidos na **Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ.)** está claramente indicada e **NORMATIZADA** na redação do **item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP.** - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP. - em 16.12|1998. Como comprovação, segue abaixo, a transcrição da redação do supracitado item - na íntegra:

*“3.6 - Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo CLIENTE, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução.*

*O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria AGÊNCIA, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a AGÊNCIA estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos”. (grifos nosso)*

**03.10.3/-** Por sua vez, a citada **Lista | Cartilha de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio de Janeiro (SINAPRO | RJ.)** em sua página 05 (cinco), indica que - em relação à exequibilidade das propostas, o percentual limite de desconto máximo é de 50 % (cinquenta por cento), como pode ser percebido na transcrição da redação do referido texto, que segue na sequência - na íntegra:

**LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - SINAPRO. | RJ.**

Os critérios gerais seguem rigorosamente as **Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP**. Bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a **Lei Federal nº.: 4.680 - de 18.06|1965** e os **Decretos Federais nºs.: 57.690 - de 01.02|1966** e **4.563 - de 31.12|2002**.

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta cartilha, e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

**PREÇOS IRRISÓRIOS**

Serão considerados como preços irrisórios e prática desleal os percentuais superiores a 50 % (cinquenta por cento) concedidos a títulos de desconto aos clientes, sejam públicos ou privados. (grifos nosso)

**03.10.4/-** Em continuidade informativa, as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**, - emitidas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**, foram reconhecidas como aplicáveis pelo **Decreto Federal nº.: 4.563 - de 31.12|2002** e pelo **Conselho Administrativo de Defesa Econômica | CADE**, - em 18.01|2017.

**DECRETO FEDERAL nº.: 4.563 - de 31.12|2002**

**Artigo 1º** - O **artigo 7º** do Regulamento aprovado pelo **Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01.02|1966**, passa a vigorar com a seguinte redação:

**"Artigo 7º** - Os serviços de propaganda serão prestados pela AGÊNCIA mediante contratação - verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os **itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11 - e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária**, editadas pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP**, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo - datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho - todas do

ano de 2001; e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da Cidade de São Paulo, respectivamente sob os n.ºs.: 263447, 263446 e 282131". (grifos nossos)

**03.10.4.1/-** Mais! A própria CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - corretamente, reconhece a aplicação das **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** - emitidas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.**, mas estranhamente, não as aplica, em confronto com as corretas "*formas de remuneração vigentes no mercado publicitário*" - nos termos do **inciso V do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010** e do próprio **item 3.6 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**

**03.11/-** Tal fato se torna ainda mais grave por que as agências de publicidade - por força de exigência legal - em obediência aos termos do **parágrafo 1º do artigo 4º do Capítulo I | Disposições Gerais da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**; para estarem habilitadas ao atendimento de órgãos públicos (o que inclui a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM.) são **OBRIGADAS** a obter o certificado de qualificação técnica emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** A transcrição da referida citação normativa segue na sequência - na íntegra.

**"Parágrafo 1º -** O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no **'caput deste artigo** poderá ser obtido perante o **Conselho Executivo das Normas- Padrão | CENP.**, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como **fiscalizadora e certificadora** das condições técnicas de **AGÊNCIAS de propaganda**". (grifo nosso)

**03.11.1/-** E que se destaque que - até a presente data e desde a promulgação da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, não se encontra em operação no país outra "*entidade equivalente*" - nos termos da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010.**

**03.12/-** Em conclusão lógica, as **AGÊNCIAS de propaganda** precisam cumprir e respeitar as **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** para conseguirem o certificado emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** - como também, para serem recertificadas.

**03.12.1/-** E para obter tal certificação junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** as agências de publicidade devem cumprir um rol de exigências técnicas, financeiras e administrativas

- como está formalmente informado na redação do item 2.5.1 do capítulo 02 das **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**, cuja transcrição segue - na sequência:

**2.5.1** - Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “**Certificado de Qualificação Técnica**”, conforme a alínea ‘f’ do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01.02|1966, e fará jus ao “desconto padrão de agência” não inferior a 20 % (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus **CLIENTES.** (grifos nossos)

**03.12.2/-** E a seriedade da FISCALIZAÇÃO e a possibilidade de penalização às AGÊNCIAS de propaganda que não respeitem o regramento estabelecido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS -PADRÃO | CENP.** pode-se constatar na leitura do **subitem 2.5.3.3 do capítulo 02 das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.**, que segue transcrito - abaixo:

**“02 | DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ANUNCIANTES E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO**

**2.5.3.3** - A fim de garantir a efetividade das Normas-Padrão e a publicidade de seus atos, o CENP. deverá divulgar a decisão de reduzir o prazo de validade, suspender ou cancelar o “Certificado de Qualificação Técnica”, expedindo circulares, publicando-as em boletins e no “website” para conhecimento dos associados fundadores e institucionais, autoridades públicas e Veículos de Comunicação”. (grifo nosso)

**03.12.3/-** Os certificados obtidos pelas agências de publicidade junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP.** têm validades específicas e - inicialmente, curtas, já que as empresas são constantemente avaliadas quanto ao cumprimento e adequação às **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP.** e à adequação ao ambiente da autorregulamentação publicitária.

**03.12.4/-** O monitoramento da atuação e postura das agências de publicidade certificadas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS -PADRÃO | CENP.** é crescente e inflexível, tanto que a entidade apresentou ao mercado um padrão ainda superior - administrativamente e eticamente: o Manual “*Compliance e proposições éticas na autorregulação da publicidade*” - editado pelo **CENP.** - em 2014.

**03.12.5/-** Enfim, resta evidente e **INDUBITÁVEL** que para se manterem certificadas e/ou serem recertificadas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**, as agências de publicidade devem cumprir as rígidas, éticas e profissionais **NORMAS PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**.

**03.12.6/-** Por fim, as **AGÊNCIAS** de Publicidade que não respeitarem o regramento estabelecido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**, correm o risco de não serem certificadas ou mesmo de perderem o Certificado de Qualificação Técnica | CQT, emitido pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**, e - sem o mesmo, ficam **IMPEDIDAS** de participarem de licitações públicas e/ou de atenderem a **CLIENTES** públicos.

**03.13/-** E estamos falando mais do que a fase inicial do processo licitatório, mas também a completa futura execução contratual, já que para continuarem aptas e legalizadas no atendimento de contratos de administrações públicas, as **AGÊNCIAS** de publicidade - por força da redação do **inciso XIII do artigo 55 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993**, devem manter em validade as mesmas condições de **regularidade fiscal** do quando do processo licitatório, inclusive o certificado obtido pelas agências de publicidade junto ao **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP**.

**“Artigo 55 - São cláusulas necessárias em todo Contrato as que estabeleçam:**

**XIII - A obrigação do CONTRATADO de manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação”.**

**03.14/-** E para que não restem dúvidas, chama a atenção que a redação do **subitem 23.1.20 do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** apresentado pela própria **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**, seja ainda mais explícito, como se pode concluir em simples leitura do termo citado, que segue transcrito abaixo - na íntegra:

**“23.1.20 - Manter durante a execução do Contrato, todas as condições de habilitação, exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu primeiro parágrafo da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010”.**

**03.15/-** Portanto, os termos propostos pela **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**, nas redações dos **subitens 12.1.1.1 e 12.2 do Edital Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021** são **IRREGULARES, ILEGAIS** e em **condições antieconômicas**, como veremos na legislação vigente no país.

**03.15.1/-** Nos termos do subitem 2.9 das **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**..

**“2.9 - Conforme determina a alínea ‘f’ do inciso I do artigo 17 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01 de fevereiro de 1966, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal (grifo nosso), podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no artigo 74 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável”. (grifos nossos)**

**03.15.2/-** Nos termo do alínea ‘f’ do inciso I do artigo 17 do **Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01 de fevereiro de 1966:**

**“Decreto Federal nº.: 57.690  
- de 01 de fevereiro de 1966**

**SEÇÃO 3ª**

**Da Ética Profissional**

**Artigo 17 - A AGÊNCIA de Propaganda, o Veículo de Divulgação e o Publicitário em geral, sem prejuízo de outros deveres e proibições previstos neste Regulamento, ficam sujeitos - no que couber, aos seguintes preceitos, genericamente ditados pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda a que se refere o artigo 17 da Lei Federal nº.: 4.680 - de 18 de junho de 1965:**

**I - Não é permitido:**

**f) Contratar propaganda em condições antieconômicas ou que importem em concorrência desleal”. (grifos nossos)**

**03.16/-** Deve a **CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM**. **CORRIGIR** a redação da exigência contida no **item 12.2 do Edital Concorrência Pública nº.: 001 | 2021** - aos termos da redação do **inciso V do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, para que as empresas **LICITANTES** possam apresentar suas propostas comerciais de forma **SEGURA, OBJETIVA, INQUESTIONÁVEL e EXEQUÍVEL**.

## - IV - DA PROPOSTA TÉCNICA

### IV.1 - Dos PRAZOS DAS PEÇAS

04./- As limitações de prazos impostas às empresas LICITANTES para a apresentação de suas peças do quesito REPERTÓRIO limita o potencial técnico das AGÊNCIAS Concorrentes.

04.1./- Tais limitações está claramente indicada na redação do item 3.6 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA (página 49) do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 - mais especificamente, limitam a apresentação dos trabalhos anteriores das AGÊNCIAS interessadas a participar do certame licitatório ora em tela nos últimos 10 (dez) anos.

3.6 - Somente serão consideradas as peças e/ou os materiais, veiculados, expostos ou distribuídos nos últimos 10 (dez) anos.

04.2./- É evidente que a Comissão Permanente de Licitação | CPL da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. utilizou como base para criar os critérios de apresentação e julgamento das propostas técnicas a Instrução Normativa nº.: 03 - de 20.04|2018, mas - estranhamente, não se ateuve ao discernimento constante na redação do parágrafo 1º do artigo 20 da citada instrução, a qual transcrição segue abaixo - na íntegra:

“Parágrafo 1º - A fixação no Edital das datas de que tratam os incisos IX e XI deste artigo deve ser precedida de **cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame**”. (grifo nosso)

04.3./- E “restringir o caráter competitivo do certame” é justamente o que a redação do item 3.6 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA (página 49) do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 faz, por que afasta a possibilidade de que muitas empresas apresentem algumas de suas melhores peças e/ou ‘cases’.

04.4./- Impor tal limitação às empresas LICITANTES não faz nenhum sentido, ainda mais em um certame licitatório que por força da chamada Lei da Publicidade - Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, indica que a contratação de serviços de publicidade e propaganda em serviços públicos - obrigatoriamente, tem que ser realizada através da utilização de critérios de seleção com base em fatores - OBRIGATORIAMENTE, de ordem técnica, já que estamos falando de serviços de natureza predominantemente intelectual.

04.5./- E tal CONTRADIÇÃO fica ainda mais realçada quando se pode encontrar logo na primeira página do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 (Item 1.1 do Capítulo 1 | Preâmbulo) que o tipo de licitação do certame licitatório é o de “MELHOR TÉCNICA”.

**04.5.1./-** Como contratar e julgar as melhores AGÊNCIAS de Publicidade buscando que apresentem suas melhores capacidades técnicas se - ao mesmo tempo, se limita que as mesmas apresentem as totalidades de seus acervos técnicos?

**04.5.2./-** Evidentemente, tal objetivo será FRUSTADO e o julgamento PREJUDICADO e - ainda, privilegiará algumas AGÊNCIAS de Publicidade em detrimento de outras, ferindo os **Princípios da Razoabilidade, Finalidade, da Especialidade, da Motivação e da Eficiência.**

**03.6./-** Pelo exposto, deve à CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM.:

- Explicar e justificar a inclusão de exigência que limita a apresentação da melhor capacidade técnica das empresas LICITANTES e que - dessa forma, restringe o caráter competitivo do certame licitatório.

- Alterar a redação do item 3.6 do Anexo V | FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA (página 49) do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021, permitindo que as AGÊNCIAS de Publicidade interessadas no certame licitatório possam participar em igualdade de condições.

- V -

## DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

### VI - Da EXIGÊNCIA IRREGULAR DE AUTENTICAÇÃO

**05./-** A redação do subitem 14.4.2.1 | Documentos Relativos à Qualificação Técnica (página 16) do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 - cuja transcrição segue abaixo, na íntegra; faz exigência IMPOSSÍVEL de ser cumprida pelas empresas LICITANTES.

**“14.4.2.1 - Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, artigo 4º e seu parágrafo 1º, obtido perante o CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO | CENP., entidade sem fins lucrativos integrado e gerido por entidades nacionais que representam VEÍCULOS, ANUNCIANTES e AGÊNCIAS, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de AGÊNCIA de propaganda | SINAPRO”.**

**05.1/-** Ao exigir que as empresas LICITANTES apresentem o certificado de qualificação técnica obtido pelas AGÊNCIAS de Publicidade junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão através de uma cópia AUTENTICADA, a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. impões ato IRREALIZÁVEL.

**05.2/-** Por ser um **documento digital**, os cartórios notariais do país não o autenticam, já que interpretam que não tem como coteja-lo com o documento original.

**05.3/-** O procedimento correto é que os membros da Comissão Permanente de Licitação | CPL. da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. - do quando da sessão pública para entrega dos DOCUMENTOS de HABILITAÇÃO pelas empresas LICITANTES, faça a verificação da autenticidade do certificado de qualificação técnica obtido pelas AGÊNCIAS de Publicidade junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão através de consulta no site da instituição, da mesma forma que ordinariamente é realizado em relação à outras certidões digitais.

**04.4/-** Pelo exposto, deve à CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. alterar e CORRIGIR a redação do subitem 14.4.2.1 | Documentos Relativos à Qualificação Técnica (página 16) do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021, permitindo que as AGÊNCIAS de Publicidade interessadas no certame licitatório possam apresentar sua Documentação de Habilitação de maneira SEGURA e LEGAL.

## - VI -

### DAS FRÁGEIS RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DAS EMPRESAS LICITANTES

**06./-** A redação do Edital da Concorrência Pública nº.: 0001 | 2021 é tão CONFUSO e apresenta tantas FRAGILIDADES e IRREGULARIDADES que até a data de 28.05|2021 (sexta-feira) já foram apresentados para resposta da Comissão Permanente de Licitação | CPL. o ESCLARECEDOR número de 52 (cinquenta e dois) questionamentos.

**06.1/-** Fato AGRAVANTE é que várias das respostas enviadas pela Comissão Permanente de Licitação | CPL. às empresas CONSULENTES e à TODAS empresas LICITANTES - ao invés de cumprir o objetivo administrativo e editalício de esclarecer e dar transparência ao certame licitatório, DESINFORMA e continua a defender IRREGULARIDADES, como ficará EXPLÍCITO, na sequência.

## VII - Da **EXIGÊNCIA ABUSIVA, SEM BASE LEGAL QUE CARACTERIZA FUTURA APROPRIAÇÃO INDÉBITA**

07./- A empresa **Publiká 7** em seu **segundo questionamento** - enviado em 06.05 e reenviado em 20.05|2021, questionou sobre a exigência do repasse percentual de **2 %** dos **20 %** relativos ao **Desconto-Padrão de Agência | DPA**.

07.1./- Que destaque que o questionamento realizado pela empresa **Publiká 7** foi realizado - tempestivamente, tecnicamente defendido e de forma **RESPEITOSA**.

07.2./- Avaliamos que a resposta da Comissão Permanente de Licitação | CPL da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. foi **MÍNIMA e DESINFORMA, SEM JUSTIFICATIVA LEGAL** e pior: defende uma **APROPRIAÇÃO INDÉBITA**.

07.3./- Avaliamos que a resposta da Comissão Permanente de Licitação | CPL da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. foi **MÍNIMA e DESINFORMA**, ainda é **ABUSIVA e SEM JUSTIFICATIVA LEGAL** - e **pior**: defende uma **APROPRIAÇÃO INDÉBITA**.

07.4./- Não existem dúvidas. Os "*valores correspondentes ao Desconto-Padrão de Agência*" constituem receita **exclusiva** das **AGÊNCIAS** de publicidade, como se pode perceber na rápida leitura da redação do **artigo 19 da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010 - uma LEI ESPECÍFICA**, cuja redação segue abaixo - na íntegra.

*"Artigo 19 - Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao **Desconto-Padrão de Agência** pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da **AGÊNCIA** de publicidade e - em consequência, o **VEÍCULO** de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do **Desconto-Padrão** à **AGÊNCIA** de publicidade for efetivado por meio de **VEÍCULO** de divulgação".*

07.5./- E também estamos falando de um **TERMO LEGAL** em prática e em vigência desde **18.06|1965**, data que a **Lei Federal nº.: 4.680 de 18.06|1965** foi sancionada - ou seja, há quase 56 anos!

07.5.1./- Segue, na sequência - e na íntegra, a redação do **artigo 11 da Lei Federal nº.: 4.680 de 18.06|1965**.

**“Artigo 11 - A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela”.**

07.6./- Na mesma linha segue a redação do **Artigo 11 do Decreto Federal nº.: 57.690 - de 01.02|1966**, cuja redação - na íntegra, segue transcrita abaixo:

**“Artigo 11 - O Veículo de Divulgação fixará, em Tabela, a comissão devida aos Agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda”.**

07.7./- Por fim, segue - na sequência e também na íntegra, a redação do **item 1.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária | NPAP**, - emitidas em 16.12|1998 pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP**.

**“1.11 - Desconto-Padrão de Agência ou simplesmente Desconto-Padrão: é a remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, na forma de percentual estipulado pelas Normas-Padrão, calculado sobre o “Valor Negociado”.**

07.8./- Informamos que mais conteúdo explicativo se encontra no **item 03 (e seus subitens) dessa impugnação**.

07.9./- Por todo o exposto - em detalhes, anteriormente e novamente agora, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. APRESENTAR as bases legais para exigir das empresas LICITANTES a reversão da parcela de **02 % (dois por cento)** do “Desconto de agência” (**20 %**) para a Câmara Municipal de Macaé, em confronto com o conteúdo da tabela das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

07.10./- Como **tal base legal inexistente**, deve a CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ | CMM. CORRIGIR as respostas correlatas - ora atacadas e as redações do **subitem 12.1.1.1 e no terceiro item (de 4) do Anexo I | MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO do Edital Concorrência Pública nº.: 001 | 2021 - aos termos do Anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA | NPAP**. - emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão | CENP., para que as empresas LICITANTES possam apresentar suas propostas comerciais de forma **SEGURA, OBJETIVA e INQUESTIONÁVEL**.

08./- Diante da gravidade do conjunto de IRREGULARIDADES apresentadas e expostas - DETALHADAMENTE, no conjunto de nossa IMPUGNAÇÃO; que DEVASSOU os erros, incoerências, omissões, IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES - tornando inviável a apresentação das Proposta - Técnicas e Comerciais, de forma SEGURA e OBJETIVA, a LICITANTE **DUELO COMUNICAÇÃO TOTAL - EPP**. requer que suas alegações de IMPUGNAÇÃO sejam aceitas e que o referido Edital seja CORRIGIDO, com a consequente REMARCAÇÃO da data de apresentação das propostas, nos termos do **parágrafo 4º do artigo 21 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 29.06|1993.**

Macaé, 31 de maio de 2021

**Geraldo André Maciel Costa**  
**DUELO COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA**

GERALDO ANDRE  
MACIEL

COSTA:94215073715

Assinado de forma digital por

GERALDO ANDRE MACIEL

COSTA:94215073715

Dados: 2021.05.31 09:35:01 -03'00'

02.942.624/0001-53

DUELO COMUNICAÇÃO  
TOTAL LTDA - EPP

Rua Alberto Pasqualine, nº 184  
Vila Santa Cecília - CEP.: 27.261-310

VOLTA REDONDA - RJ

1ª Via | CMM