



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Câmara Municipal de Macaé
PROTOCOLO GERAL

CONTÉM ESTE PROCESSO _____

FOLHAS NUMERADAS DE _____

A _____

MACAÉ, _____ / _____ / _____

EXERCÍCIO DE: 2021 _____

PROTOCOLO
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
0928/2021 31 / 08 / 2021

REQUERIMENTO: _____

ASSUNTO: Recurso _____

concorrência pública nº 002/2021 _____

ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ - RJ

PROCESSO
Nº 988/2021
Fis. 02

ASSINATURA

Ref: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021

Objeto: " CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, SOB DEMANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE COMPETÊNCIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO."

TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Tenente Coronel Cardoso nº 354, Centro - Campos dos Goytacazes/RJ, Cep.: 28.010-802, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 32.014.078/0001-51, denominada simplesmente "DTP PUBLICIDADE", ora "RECORRENTE", por seu representante legal e ao final assinado o Sr. **VICTOR HUGO MACHADO TINOCO**, Carteira de Identidade nº 20.673.904-7 DETRAN/RJ e do C.P.F. nº 109.683.497-90, que este subscreve, vem, respeitosamente, a presença de V. Sa. com fulcro no artigo 109, inciso I, alínea b), da Lei Federal nº 8.666/93 e inciso VIII do § 4º do artigo 11 da Lei nº 12.232/2010, interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão da Subcomissão Técnica, que decidiu pela CLASSIFICAÇÃO das propostas técnicas das empresas **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA**, conforme razões que se seguem:

I. DA TEMPESTIVIDADE

Dispõe o artigo 109, inciso I, alínea b), da Lei Federal nº 8.666/93 que:

“Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

(...)

b) julgamento das propostas;

(...)” (Destacamos).

Tendo em vista que a publicação do resultado da análise das propostas técnicas se deu em 24 de agosto de 2021, é o presente recurso, portanto, na presente data, tempestivo.

II. DA SÍNTESE DOS FATOS

Foi publicado pela Câmara Municipal de Macaé, o edital da concorrência pública supracitada, onde a recorrente retirou o edital, e atendendo todos os requisitos do mesmo se decidiu pela participação.

No dia 09 de agosto de 2021 foi realizada a primeira sessão pública, onde as licitantes participantes entregaram, devidamente de acordo com o instrumento convocatório, seus invólucros de nº 01 ao 04, sendo certo que o envelope nº 01, trata-se de VIA NÃO IDENTIFICADA.

Suspenso o certame para envio das propostas técnicas para análise da Subcomissão Técnica sorteada, quando, em 23 de agosto de 2021 se deu a segunda sessão, com a divulgação dos resultados das análises técnicas realizadas pela Subcomissão Técnica.

Após a divulgação do resultado das análises técnicas, foi a recorrente surpreendida com a não desclassificação das demais licitantes, tendo em vista que todas cometeram inobservâncias editalícias e legais, que deveriam ter culminado em suas desclassificações.

Diante do exposto e com o fito de ser modificada a decisão D. Subcomissão Técnica, que decidiu pela classificação das licitantes **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E**

PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA,
fundamentações legais acerca do tema.

III. DAS ILEGALIDADES - DA INOBSERVÂNCIA DO "ANEXO V - FORMA DE APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA"

Traz o instrumento convocatório em seu "Anexo V" requisitos e fundamentos a serem observados no ato da elaboração, conteúdo e apresentação das propostas técnicas das licitantes.

Ocorre, que esta D. CPL, assim como todos os integrantes da Subcomissão Técnica do presente certame, deixaram de observar diversas determinações expostas no mencionado anexo, contrariando, além do instrumento convocatório, legislação acerca do tema, mais precisamente a Lei nº 12.232/2010.

O Anexo supracitado traz a seguinte redação acerca da correta apresentação do invólucro nº 01 (via não identificada) e invólucro nº 02 (via identificada), vejamos:

"INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA E INVÓLUCRO Nº 02 - VIA IDENTIFICADA 1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Todos os textos deverão ser elaborados a partir das informações do BRIEFING - ANEXO VI.

1.1 Raciocínio Básico - *Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, com espaçamento "simples" entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.*

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com **fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes**, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

1.4 Ideia Criativa – Texto de até 4 (quatro) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com **fonte Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes**, apresentando a relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de “Estratégia de Comunicação Publicitária”, como previsto no subitem 1.2, com comentário sobre cada peça e ou material.

1.4.1 Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos 10 (dez) peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no

máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD; podem ser apresentadas sob a forma de roteiro, leiaute e ou story-board impressos, para qualquer meio, story-board animado ou animatic, para Tv e Cinema, só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia. Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 4 (quatro) páginas, proposto neste item.

1.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto sem limites de páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m² e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte **Arial corpo 12, com espaçamento “simples” entre as linhas, texto justificado, sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes**, em que a Licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público da CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada.

1.5.1 – O subquesto 1.5 poderá ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) **os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;**

OBS.: A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças e ou material referentes à Ideia Criativa.”

Pela análise dos procedimentos adotados pela D. CPL, bem como pela Subcomissão Técnica, temos pela inobservância, em parte, do anexo supracitado.

As licitantes **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA**, apresentaram suas propostas técnicas em desacordo com os quesitos previstos no Anexo V do edital, parte integrando do mesmo,

deixando de observar por exemplo tamanho correto de negritando palavras, usando espaçamentos duplos, e outros erros que veremos adiante.

Não pode esta D. CPL publicar um edital que segue rigorosamente toda a legislação acerca do tema, e no andamento do procedimento licitatório deixar de observar normas importantíssimas para o regular prosseguimento do feito. Deixaram de observar critérios já anteriormente estipulados pela própria Administração Pública na elaboração do instrumento convocatório. Frisa-se que tal inobservância fere principalmente o Princípio da Vinculação ao Instrumento convocatório.

E acerca do tema, temos claramente o exposto no artigo 6º, inciso VI da Lei nº 12.232/2010. Vejamos:

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

(...)

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

Como se verifica, pela simples análise das propostas técnicas das licitantes supracitadas, verifica-se que ambas deixaram de observar rigorosamente todo o conteúdo exposto no “Anexo V” do edital, acerca da correta e adequada elaboração das propostas técnicas, sendo inadmissível a inobservância de tais critérios por parte da Subcomissão Técnica, e posteriormente por esta D. CPL.

A prévia definição dos critérios e objetivismo desses estão previstos em lei justamente para afastar a discricionariedade na escolha das propostas, reduzindo a valoração subjetiva para conferir a isenção necessária ao certame.

Acerca da inobservância do anexo supracitado, traz a recorrente o pedido de desclassificação das propostas técnicas das empresas **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLICA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA**, tendo em vista que deixaram de observar requisitos estipulados pelo anexo

supracitado, ferindo diretamente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, bem como a lei nº 12.232/2010 no que tange a inobservância correta do procedimento, bem como o sigilo que deveria ocorrer em torno da titularidade dos invólucros nº 01 (Via não identificada).

Ao analisar os envelopes nº 01 das empresas concorrentes, **DR PROPAGANDA**, **PUBLIKÁ 7**, **AZ3 PUBLICIDADE**, e, **GROOVE PROPAGANDA**, verifica-se que possuem algumas divergências quanto ao estipulado no "Anexo V", que, pisa-se, deveria ser rigorosamente seguido pelos licitantes e julgadores.

A empresa **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA (1ª COLOCADA)**, apresentou em seu envelope nº 01 (via não identificada) textos com espaçamento "duplo" em diversos pontos, sublinhados em vários pontos, em negrito também em diversos momentos, dando destaque a todo momento para partes do texto, o que frisa-se, não foi autorizado de acordo com análise minuciosa do Anexo V.

DR PROPAGANDA apresentou ainda tabelas fora da formatação exigida, com fontes diversas da exigida no "Anexo V", o que também não é permitido de acordo com o edital e seus anexos.

"1.3 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

*b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas **devem** ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';" (Destacamos).*

Apresentou também de forma equivocada seu invólucro nº 2 (via identificada) deixando de apresentar as planilhas, já apresentadas no invólucro nº 1 (via não identificada) e que também deveriam ter sido apresentadas no invólucro 2, onde deveria estar ausentes, tão somente as peças.

Ressalta-se que a licitante **DR PROPAGANDA** deixa de observar diversos pontos da correta forma de apresentação de sua proposta técnica, inclusive apresentando peças publicitárias além do limite editalício. A licitante apresentou 18 peças sem descrição, ao invés das 10 permitidas pelo instrumento convocatório.

Já a empresa **PUBLIKÁ 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA**, assim como as demais licitantes, deixou de observar criteriosamente toda a correta forma de apresentação de seu invólucro nº 01, mais precisamente no que tange a correta apresentação das tabelas, apresentando tabela na página 06 da estratégia de mídia e não mídia apresentando com tamanho de fonte diversa da exigida no edital.

No que diz respeito à apresentação do invólucro nº 01 pela empresa **AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI**, a mesma deixou de observar a correta numeração das páginas, optando por numeração sequencial das folhas, o que contraria o instrumento convocatório, que determina que o “Raciocínio Básico”, a “Estratégia de Comunicação Publicitária”, a “Ideia Criativa”, e a “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, cada uma possui suas formas de apresentação específicas, sendo certo que cada uma delas deve começar a serem numeradas da primeira página, sendo cada uma delas um texto específico, devendo, portanto, terem numerações próprias, até mesmo por conta do limite de páginas de cada um dos textos.

Além da numeração sequencial por parte da licitante **AZ3 PUBLICIDADE**, a mesma deixou de observar também, assim como a licitante PUBLIKÁ 7, o correto tamanho da fonte na apresentação de seus gráficos e planilhas.

Já no que tange a empresa **GROOVE PROPAGANDA LTDA**, não observou o correto tamanho da fonte em seus gráficos e tabelas apresentados, contrariando assim o exposto no instrumento convocatório, devendo, portanto, ter sua proposta técnica desclassificada.

Ao desrespeitar a correta forma de apresentação das propostas técnicas, tais empresas cometeram um grave erro, ou pretendiam indicar/identificar suas propostas para alguém. O que é um absurdo! Independente do motivo que levou as concorrentes a apresentarem suas propostas em inobservância ao edital e anexos, o fato é que agiram em desacordo com o edital e, portanto, devem ter suas propostas técnicas desclassificadas por esta D. CPL.

Não existe dúvidas acerca da inobservância pelas demais licitantes acerca do teor contido no “Anexo V” do instrumento convocatório, ficando evidente a diferença da via não identificada da empresa recorrente, comparada a das demais concorrentes, o que não deveria ocorrer, haja vista que a diferença da modalidade licitatória é justamente para manter a isonomia e a igualdade entre as licitantes, inclusive sendo exigido legalmente que seja predeterminado os critérios de apresentação e julgamento das propostas técnicas. Mais

uma vez frisamos, o que foi simplesmente esquecido por esta D. CPL e Subcomissão Técnica, ao analisar de forma equivocada todas as propostas técnicas, não observando os descumprimentos editalícios aqui citados.

Deveria ter esta D. CPL e a Subcomissão Técnica, identificado o não atendimento à padronização exigida na apresentação dos envelopes 01 (vias não identificadas) pelo próprio edital e anexos, e desclassificado de imediato as licitantes **DR PROPAGANDA, PUBLIKÁ 7, AZ3 PUBLICIDADE, e, GROOVE PROPAGANDA**, pelo não atendimento aos critérios estabelecidos de apresentação da proposta técnica.

A subcomissão encarregada do julgamento das propostas técnicas recebe plano de comunicação não identificado. A ideia é que os membros da subcomissão não saibam quem são os autores das respectivas propostas e, pois, analisem as mesmas com imparcialidade. Quer-se que a avaliação técnica seja realizada às cegas, determinada pelo conteúdo das propostas e soluções e não pela identidade da agência de publicidade que os produziu.

Dessa sorte, para fazer com que os responsáveis pela avaliação técnica não conheçam a identidade dos licitantes, o legislador tornou obrigatória a padronização dos elementos formais dos planos de comunicação.

Neste sentido são as prescrições dos incisos IX a XIII do art. 6º da Lei nº 12.232/10. Todos os licitantes devem apresentar os seus planos de comunicação com a mesma fonte, tamanho, espaçamento, quantidades e formas dos exemplos das peças. Os dispositivos supracitados proíbem categoricamente a aposição no plano de comunicação de qualquer elemento que, direta ou indiretamente, possa identificar o seu autor.

O professor Carlos Pinto Coelho Motta tece comentários sobre a padronização dos planos de comunicação e a premissa de não identificação dos seus autores:

“As advertências contidas nos incisos XII e XIII remetem, ambas, ao inciso III, no qual se estabeleceu a apresentação do plano de comunicação publicitária em duas vias — uma delas, lembre-se, sem identificação do proponente.

O sigilo provisório sobre o autor da proposta justifica-se por ser elemento assegurador da objetividade da avaliação técnica, em mais uma cautela contra

a preconceção ou contaminação do julgamento pela imagem do licitante.

A Corte de Contas da União, em acórdão de 2006, já recomendava essa prática, ao determinar à entidade fiscalizada que:

"9.2.1.7 adote procedimentos administrativos para que as propostas sejam examinadas pelos membros da Comissão de Licitação sem identificação de sua autoria, com o fim de alcançar-se maior isenção no julgamento;" (TCU, Acórdão 222/2006 - Plenário, DOU 1º mar. 2006)

Esse requisito é agora reiterado, proibindo-se qualquer forma de identificação do licitante até o momento de abertura do invólucro.

Como se verá, as duas vias do aludido plano, apresentadas pelo licitante, não são idênticas e cumprirão procedimentos diversos. Os §§ 1º e 2º do art. 9º estabelecem a distinção entre as formas de apresentação do plano, donde se percebe que a segunda via, não identificada, contém dados e exemplos omitidos na primeira. Também no invólucro destinado as informações sobre o proponente não pode figurar qualquer elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária; o sigilo sobre a autoria do plano deve ser mantido até a abertura dos invólucros." (MOTTA. Divulgação institucional e contratação de serviços de publicidade: legislação comentada, p. 121-123).

O inciso XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/10 é categórico e peremptório ao prescrever a desclassificação dos licitantes que desatenderem aos incisos XII e XIII do mesmo artigo. A identificação das propostas técnicas, ainda que por elementos indiretos, em face do descumprimento das exigências de padronização, importa na desclassificação das respectivas propostas.

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

(...)

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

(...)” (**Destacamos**).

Diante do exposto, bem como de todas as ilegalidades apontadas acerca da decisão desta D. CPL e da Subcomissão Técnica que classificou as propostas técnicas das empresas **DR PROPAGANDA**, **PUBLIKÁ 7**, **AZ3 PUBLICIDADE**, e, **GROOVE PROPAGANDA**, requesta a recorrente pela desclassificação imediata das propostas técnicas apresentadas pelas concorrentes citadas, com o regular prosseguimento do feito, sendo certo que somente a recorrente seguiu criteriosamente todos os requisitos e condições editalícias.

Diante do exposto, requesta a recorrente pela nulidade do julgamento das propostas técnicas das empresas **DR PROPAGANDA**, **PUBLIKÁ 7**, **AZ3 PUBLICIDADE**, e, **GROOVE PROPAGANDA**, para que sejam revistas, observando rigorosamente todos os critérios previamente definidos pelo edital e seus anexos.

IV. DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório possui extrema relevância, na medida em que vincula não só a Administração, como também os administrados às regras nele estipuladas.

Dessa feita, em se tratando de regras constantes de instrumento convocatório, deve haver vinculação a elas. É o que estabelecem os artigos 3º, 41 e 55, XI, da Lei nº 8.666/1993, *verbis*:

*“Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.”. (**Destacamos**).*

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

"Art. 55. São cláusulas necessárias em todo contrato as que estabeleçam:

[...]

XI - a vinculação ao edital de licitação ou ao termo que a dispensou ou a inexigiu, ao convite e à proposta do licitante vencedor;". (Destacamos).

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório é inerente a toda licitação e evita não só futuros descumprimentos de normas editalícias, mas também o descumprimento de diversos outros princípios atinentes ao certame, tais como o da transparência, da igualdade, da impessoalidade, da publicidade, da moralidade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo.

Nesse sentido, vale citar a lição de Maria Sylvia Zanella Di Pietro (PIETRO, Maria Sylvia Zanella Di. **Direito Administrativo**. 13. Ed. São Paulo: Atlas, 2001, p. 299):

*"Trata-se de princípio essencial **cuja inobservância enseja nulidade do procedimento**. Além de mencionado no art. 3º da Lei n 8.666/93, ainda tem 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 artigo 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 deixarem 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 (artigo 48, inciso I).*

Quando a Administração estabelece, no edital ou na carta-convite, as condições para participar da licitação e as cláusulas essenciais do futuro contrato, os interessados apresentarão suas propostas com base nesses elementos; ora, se for aceita proposta ou celebrado contrato com desrespeito às condições previamente estabelecidas, burlados estarão os princípios da licitação, em especial o da igualdade entre os licitantes, pois aquele que se prendeu aos

termos do edital poderá ser prejudicado pela melhor proposta apresentada por outro licitante que os desrespeitou.

Também estariam descumpridos os princípios da publicidade, da livre competição e do julgamento objetivo com base em critérios fixados no edital.”
(Destacamos).

No mesmo sentido é a lição de José dos Santos Carvalho Filho (CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. 26ª ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 246):

“A vinculação ao instrumento convocatório é garantia do administrador e dos administrados. Significa que as regras traçadas para o procedimento devem ser fielmente observadas por todos. Se a regra fixada não é respeitada, o procedimento se torna inválido e suscetível de correção na via administrativa ou judicial.”

O princípio da vinculação tem extrema importância. Por ele, evita-se a alteração de critérios de julgamento, além de dar a certeza aos interessados do que pretende a Administração. E se evita, finalmente, qualquer brecha que provoque violação à moralidade administrativa, à impessoalidade e à probidade administrativa.

Se o instrumento de convocação, normalmente o edital tiver falha, pode ser corrigido, desde que oportunamente, mas os licitantes deverão ter conhecimento da alteração e a possibilidade de se amoldarem a ela.

*Vedado à Administração e aos licitantes é o descumprimento das regras de convocação, deixando de considerar o que nele se exige, como, por exemplo, a dispensa de documento ou a fixação de preço fora dos limites estabelecidos. Em tais hipóteses, deve dar-se a desclassificação do licitante, como, de resto, impõe o art. 48, I, do Estatuto.”. **(Destacamos)***

Como se vê, o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, ao mesmo tempo em que privilegia a transparência do certame, garantindo a plena observância dos princípios da igualdade, impessoalidade, publicidade, moralidade e probidade administrativa, preceitua que o julgamento das propostas seja o mais objetivo possível, nos exatos termos das regras previamente estipuladas. Isso sem contar a necessidade de perpetuação de tal vinculação durante toda a execução do contrato.

Como bem destaca Fernanda Marinela (MARINELA DE SOUSA SANTOS, Fernanda. **Direito Administrativo**. Salvador: Juspodivm, 2006, p. 264), o princípio da vinculação ao instrumento convocatório leva à assertiva de que o edital é a lei interna da licitação:

*"Como princípio específico da licitação, tem-se a vinculação ao instrumento convocatório. O instrumento, em regra, é o edital que deve definir tudo que é importante para o certame, **não podendo o Administrador exigir nem mais nem menos do que está previsto nele**. Por essa razão, é que a doutrina diz que **o edital é lei interna da licitação, ficando a ele estritamente vinculada, conforme previsto no art. 41 da lei**." (Destacamos).*

No mesmo sentido, ensinam Marcelo Alexandrino e Vicente Paulo (ALEXANDRINO, Marcelo, e VICENTE, Paulo. **Direito Administrativo**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2007, p. 410):

"A vinculação da Administração aos estritos termos do edital de convocação da licitação é exigência expressa do art. 41 da Lei nº 8.666/1993. Esse artigo veda à Administração o descumprimento das normas e condições do edital, "ao qual se acha estritamente vinculada".

Logo em seguida, a Lei assegura a qualquer cidadão o direito de impugnar o edital de licitação por motivo de ilegalidade.

Segundo Hely Lopes Meirelles, o edital "é lei interna da licitação" e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu." (Destacamos).

Demais disso, as Orientações e Jurisprudência do Tribunal de Contas da União sobre Licitações e Contratos são bastante elucidativas no que se refere à necessidade de vinculação não só do certame, mas também do próprio contrato e de sua execução ao instrumento convocatório.

Diante do exposto e de todos os fatos ocorridos no processo licitatório ora guerreado, não tem a recorrente dúvida quanto a inobservância do mencionado princípio por parte desta D. CPL e da Subcomissão Técnica.

Mais uma vez requesta a recorrente pela nulidade de todos os atos praticados pela D. CPL e a Subcomissão Técnica em

desconformidade com as normas legais aplicadas, bem como aos princípios aplicáveis ao direito administrativo, em especial quanto à decisão que classificou as propostas técnicas das empresas **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA.**

V. DA CONCLUSÃO E PEDIDO

Em face de todo o exposto, requer o RECEBIMENTO E PROCEDÊNCIA do presente recurso administrativo, com efeito para que seja revista a decisão hostilizada, com a consequente desclassificação das empresas **DR PROPAGANDA E MARKETING LTDA, PUBLIKA 7 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO LTDA, AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, e, GROOVE PROPAGANDA LTDA.**

Caso o Ilmo. Presidente da D. CPL opte por manter sua decisão intocável, o que se admite somente por amor ao debate, requesta desde já que seja remetido o presente recurso à Procuradoria, para que seja analisada a legalidade das mencionadas decisões.

Informa a recorrente que o presente recurso estará sendo enviado também ao Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro, bem como para o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, para que tais órgãos fiscalizadores acompanhem todo o andamento do certame em tela, com o fito de se evitar novas ilegalidades e que sejam tomadas as providências que entendam cabíveis.

Termos em que,

Pede e espera deferimento.

Campos dos Goytacazes/RJ, 31 de agosto de 2021.

32.014.078/0001-51
TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA.
RUA TTE. CEL. CARDOSO, 354
CENTRO - CEP 28010-800
CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ

TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA
CNPJ nº 32.014.078/0001-51
VICTOR HUGO MACHADO TINOCO
Sócio Administrador - CPF nº 109.683.497-90

Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral

PROCESSO	
Nº	938/2021
Fls	17
ASSINATURA	

Contribuinte,

Confira os dados de Identificação da Pessoa Jurídica e, se houver qualquer divergência, providencie junto à RFB a sua atualização cadastral.

A informação sobre o porte que consta neste comprovante é a declarada pelo contribuinte.

		REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL	
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 32.014.078/0001-51 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 14/09/1990
NOME EMPRESARIAL TINOCO MACHADO COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) DTP PUBLICIDADE			PORTE EPP
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO R TENENTE CORONEL CARDOSO	NÚMERO 354	COMPLEMENTO	
CEP 28.010-802	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO CAMPOS DOS GOYTACAZES	UF RJ
ENDEREÇO ELETRÔNICO		TELEFONE (22) 2722-0746	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia **18/06/2019** às **11:57:58** (data e hora de Brasília).

Página: 1/1

[Consulta QSA / Capital Social](#)

[Voltar](#)



Preparar Página
para Impressão

A RFB agradece a sua visita. Para informações sobre política de privacidade e uso, [clique aqui](#).
[Atualize sua página](#)

DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL CONSOLIDADA DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA.

PROCESSO
Nº 988/2021
Fis. 20
CEP INATURA

CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO, brasileiro, divorciado, empresário, portador da C.I. 05.330.510-8 – IFF – RJ, inscrito no CPF sob o nº 696.847.077-20, nascido em 15/04/1962, residente e domiciliado na Rua Manoel Lucas Siqueira, 41, Horto Municipal, CEP 28015-555, nesta cidade, e, VICTOR HUGO MACHADO TINOCO, brasileiro, casado sob o regime da comunhão parcial de bens, empresário, portador da CI 20.673.904-7 – DETRAN – RJ, inscrito no CPF sob o nº 109.683.497-90, nascido em 06/09/1985, residente e domiciliado na Rua Visconde de Inhaúma, 40, Apto 503, Parque Tamandaré, CEP 28035-005, nesta cidade, únicos sócios componentes da Sociedade Empresária Limitada que gira sob a denominação TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA., com sede na Rua Tenente Coronel Cardoso, 354, Centro, CEP 28010-802, na cidade de Campos dos Goytacazes – RJ, inscrita no CNPJ sob o nº 32.014.078/0001-51, devidamente arquivada na Jucerja sob o nº 33.2.0229679-0, em sessão de 06 de setembro de 1990, resolvem alterar seu contrato social pela décima segunda vez, para aumento do capital social, consolidando-o, conforme item, cláusulas e condições a seguir:

Item I – O capital social que era de R\$ 380.000,00 (trezentos e oitenta mil reais), representado por 380.000 quotas de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, passa a ser de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), representado por 600.000 quotas de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, sendo que o aumento de R\$ 220.000,00 (duzentos e vinte mil reais) que ocorre neste ato é subscrito e integralizado através de reservas de lucros da sociedade, conforme saldo credor na conta reserva de lucros, demonstrado no balanço patrimonial encerrado em 31.12.2018, conforme descrito na cláusula terceira.

- CLÁUSULA PRIMEIRA -

A sociedade gira sob a denominação social de TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA., com nome de fantasia "DTP PUBLICIDADE" com sede na Rua Tenente Coronel Cardoso, 354, Centro, CEP 28010-802, na cidade de Campos dos Goytacazes – RJ, e sua duração é por tempo indeterminado, com início de suas atividades ocorrido em 06 de setembro de 1990, podendo a sociedade abrir filiais ou depósitos em qualquer parte do território nacional.

- CLÁUSULA SEGUNDA -

A sociedade tem como objetivo a seguinte atividade: CNAE: 7311400 - Agência de publicidade.

- CLÁUSULA TERCEIRA -

O capital social que era de R\$ 380.000,00 (trezentos e oitenta mil reais), representado por 380.000 quotas de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, passa a ser de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), representado por 600.000 quotas de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente do país, sendo que o aumento de R\$ 220.000,00 (duzentos e vinte mil reais) que ocorre neste ato é subscrito e integralizado através de reservas de lucros da sociedade, conforme saldo credor na conta reserva de lucros, demonstrado no balanço patrimonial encerrado em 31.12.2018.

[Handwritten signature]

Ficando o capital social distribuído da seguinte forma:

CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO	490.000 quotas	R\$ 490.000,00
VICTOR HUGO MACHADO TINOCO	110.000 quotas	R\$ 110.000,00
	600.000 quotas	R\$ 600.000,00

PROCESSO
Nº 928/2021
Fis 21

ASSINATURA

- CLÁUSULA QUARTA -

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, porém, todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, em conformidade com o disposto no artigo 1.052 da Lei 10.406/2002.

- CLÁUSULA QUINTA -

A sociedade é administrada pelos sócios CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO e VICTOR HUGO MACHADO TINOCO, em conjunto ou separadamente, que a representam ativa e passivamente em juízo ou fora dele, praticando todos os atos consequentes ou inerentes ao cargo, podendo inclusive outorgar procuração.

- CLÁUSULA SEXTA -

O uso da denominação social é feito pelos sócios acima mencionados, ficando, entretanto, vedado aos mesmos, subscrevê-la ou dela fazer uso em documentos alheios aos fins sociais, tais como endossos, avais, fianças, sob pena de responder por perdas e danos, além da nulidade de tais responsabilidades.

- CLÁUSULA SÉTIMA -

Para suas despesas particulares e a título de Pró - Labore, podem os sócios CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO e VICTOR HUGO MACHADO TINOCO, retirar mensalmente a importância que for convencionada, levando-se em consideração as possibilidades financeiras da empresa.

- CLÁUSULA OITAVA -

Anualmente, em 31 de dezembro, proceder-se-á ao Balanço Geral da empresa, cuja escrituração será regida pela legislação vigente, sendo os lucros ou prejuízos apurados distribuídos ou atribuídos aos sócios na proporção de suas respectivas cotas, como também poderão ser levados à conta Lucros Suspensos ou à conta Prejuízos Sociais.

- CLÁUSULA NONA -

Os sócios não poderão vender, transferir, ceder ou doar parte ou a totalidade de suas quotas a pessoas estranhas à sociedade, sem primeiro oferecê-las expressamente ao outro sócio que em igualdade de condições terá preferência na aquisição das referidas quotas.

- CLÁUSULA DÉCIMA -

A incapacidade ou falecimento de qualquer um dos sócios, não implicará na dissolução e liquidação da sociedade, a qual prosseguirá, se for o caso com o sócio remanescente, com o sócio incapaz assistido pelo seu representante legal, ou com os sucessores da sócia falecida.

B
d

PROCESSO
Nº 928/2021
FIS 92
ASSINATURA

- CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA -

A sociedade não se dissolverá por nenhum motivo, sendo que em qualquer hipótese, especialmente de liquidação, alteração da mesma, saída e falecimento de sócio, proceder-se-á um balanço geral e os haveres apurados serão pagos a quem de direito, sempre atualizados na forma da Lei, em 6 (seis) parcelas iguais, mensais e sucessivas, iniciando-se 30 (trinta) dias após aquele ato.

- CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA -

Os sócios, administradores e quotistas, declaram sob as penas da Lei, como determina o artigo 1.011, parágrafo 1º da Lei 10.406/2002, que não estão impedidos por lei especial, nem condenados ou encontrando-se sob efeitos de condenação, à penas que vedam, ainda que temporariamente, o exercício de gerência ou administração em sociedade limitada, bem como qualquer atividade mercantil.

- CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA -

Fica deliberado entre os sócios que as decisões tomadas no presente contrato, foram de consenso como preceitua o disposto nos parágrafos 1º e 3º do art. 1.072 da Lei 10.406/2002.

- CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA -

O Fôro do presente contrato social é o da cidade de Campos dos Goytacazes, estado do Rio de Janeiro, e os casos omissos ou dúvidas que porventura se suscitarem, serão resolvidos de acordo com as leis vigentes no país.

E como assim contrataram, obrigam-se fielmente a cumprir em seus termos as cláusulas e condições deste instrumento que assinam em uma via, juntamente com as duas testemunhas que também abaixo assinam, devendo o presente contrato social ser arquivado na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro - JUCERJA, para que produza os devidos fins.

Campos dos Goytacazes, RJ, 26 de Julho de 2019

CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO
C.I. 05.330.510-8 - RJ - CPF 696.847.077-20

VICTOR HUGO MACHADO TINOCO
CI 020.673904-7 - DETRAN - RJ CPF 109.683.497-90





REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA - CNPJ

PROCESSO
Nº 928/2019
Fis 93
ASSINATURA

DOCUMENTO BÁSICO DE ENTRADA DO CNPJ

A análise e o deferimento deste documento serão efetuados pelo seguinte órgão:

- Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro

PROTOCOLO REDESIM
RJN1963202487

01. IDENTIFICAÇÃO

NOME EMPRESARIAL (firma ou denominação) TINOÇO MACHADO COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA	Nº DE INSCRIÇÃO NO CNPJ 32.014.078/0001-51
---	--

02. MOTIVO DO PREENCHIMENTO

RELAÇÃO DOS EVENTOS SOLICITADOS / DATA DO EVENTO 247 Alteração de capital social 218 Alteração de correio eletrônico Quadro de Sócios e Administradores - QSA	Número de Controle: RJ13985348 - 32014078000151
---	---

03. DOCUMENTOS APRESENTADOS

<input checked="" type="checkbox"/> FCPJ	<input checked="" type="checkbox"/> QSA
--	---

04. IDENTIFICAÇÃO DO PREPOSTO

NOME DO PREPOSTO	CPF DO PREPOSTO
------------------	-----------------

05. IDENTIFICAÇÃO DO REPRESENTANTE DA PESSOA JURÍDICA

<input checked="" type="checkbox"/> Responsável	<input type="checkbox"/> Preposto
NOME CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOÇO	CPF 696.847.077-20
LOCAL E DATA CAMPOS RJ 26/07/2019	ASSINATURA (com firma reconhecida)

06. RECONHECIMENTO DE FIRMA

IDENTIFICAÇÃO DO CARTÓRIO

07. RECIBO DE ENTREGA

CARIMBO COM DATA E ASSINATURA DO FUNCIONARIO DA UNIDADE CADASTRADORA
--

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.853, de 27 de dezembro de 2018

Imprimir

Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro

Empresa: TINOÇO MACHADO COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA EPP

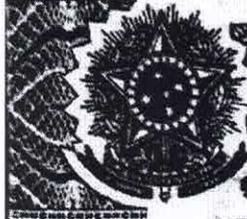
NIRE: 332.0229679-0 Protocolo: 10-2019/444718-9 Data do protocolo: 31/07/2019

CERTIFICADO DE ARQUIVAMENTO em 01/08/2019 SOB O NÚMERO 00003705614 e demais constantes do termo de autenticação.

Autenticação: 19DEF6296621029930F0D33CB03483914071C07733A7F46EABC588F00FF375C5

Para validar o documento acesse <http://www.jucefria.rj.gov.br/servicos/chanceladigital> informe o nº de protocolo. Pág. 6/6





REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
 MINISTÉRIO DAS CIDADES
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO



VÁLIDA EM TODO
 O TERRITÓRIO NACIONAL
 1736303250

NOME
VICTOR HUGO MACHADO TINOCO Nº 988/3021



DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF
 2016131530CREARJ 92

CPF DATA NASCIMENTO
 109.683.497-90 06/09/1985

FILIAÇÃO
 CARLOS EDUARDO CARDOSO
 TINOCO
 RENATA MACHADO DA
 SILVA TINOCO

PERMISSÃO ACC CAT. HAB.
 [Barra] [Barra] B

Nº REGISTRO VALIDADE 1ª HABILITAÇÃO
 03069980441 21/10/2023 24/10/2003

OBSERVAÇÕES

Victor Hugo Linoes

ASSINATURA DO PORTADOR LOCAL DATA EMISSÃO
 CAMPOS GOYTACAZES, RJ 23/10/2018

ASSINATURA DO EMISSOR 77078585106
 RJ253699932

RIO DE JANEIRO

PROIBIDO PLASTIFICAR
 1736303250