







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

CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOCO, brasileiro, divorciado, empresário, portador da C.I. 05.330.510-8 – IFP – 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.



Ficando o capital social distribuído da seguinte forma:

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

- 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 conseqüentes 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 convenionada, 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

- 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 - RP - 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**

## 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) <b>TINOÇO MACHADO COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA</b>	Nº DE INSCRIÇÃO NO CNPJ <b>32.014.078/0001-51</b>
---	--

### 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

FCPJ  QSA

### 04. IDENTIFICAÇÃO DO PREPOSTO

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

### 05. IDENTIFICAÇÃO DO REPRESENTANTE DA PESSOA JURÍDICA

Responsável  Preposto

NOME <b>CARLOS EDUARDO CARDOSO TINOÇO</b>	CPF <b>696.847.077-20</b>
LOCAL E DATA <b>CAMPOS ES 26/07/2019</b>	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 1.863, de 27 de dezembro de 2018

Imprimir



**ILMA. SRA. DIRETORA DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DA CÂMARA MUNICIPAL DO MUNICÍPIO DE MACAÉ/RJ.**

**Concorrência Pública 001/2024  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 0973/2024**

**TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES –**

**DTP PUBLICIDADE**, com sede na Rua Tenente Coronel Cardoso, 354 – CEP 28.010-802 – Centro – Campos dos Goytacazes/RJ, inscrita no CNPJ sob o nº 32.014.078/0001-51, vem, por seu representante legal, **VICTOR HUGO MACHADO TINOCO**, portador do RG 2016131530 – CREA/RJ e do CPF 109.683.497-90, vem, interpor o presente

**R E C U R S O**

a Decisão adotada, em 08 de novembro de 2024, nos autos da Concorrência Pública 001/2024 que tem por objeto a **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 DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE COMPETÊNCIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO** que definiu a classificação final das propostas técnicas das licitantes.

### DA TEMPESTIVIDADE

Conforme consta da Ata da Sessão Pública realizada em 08 de novembro do corrente ano, restou a sessão suspensa para abertura do prazo de interposição de recurso, conforme abaixo colacionado:

Foi perguntado aos representantes presentes se abdicavam do direito de interpor recurso contra o julgamento da proposta técnica proferido pela Subcomissão Técnica. O representante da empresa DTP PUBLICIDADE manifestou o direito de interpor recurso.

Dessa forma, será aberto o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, que contará a partir da data de publicação do resultado desta sessão. O recurso deverá ser entregue ao Protocolo Geral da Câmara Municipal de Macaé, na Avenida Antônio Abreu, 1805, Horto, Macaé-RJ, ou através do e-mail [licitacao@cmmacaerj.gov.br](mailto:licitacao@cmmacaerj.gov.br).

O prazo acima estipulado é em decorrência do que previsto no Edital, mais precisamente no subitem 13.11 abaixo reproduzido:

**13.11. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data de sua publicação.**

Conforme acima posto, é concedido o prazo de **05 (cinco) dias úteis contados da data de sua publicação**, para a interposição da presente peça de resistência.

Assim posto, tendo a publicação ocorrido em 08 de novembro de 2024 (sexta-feira), conforme abaixo colacionado, o prazo para que os interessados recorram da presente decisão se encerra em 18 de novembro de 2024 (segunda-feira), eis que no dia 15 de novembro (sexta-feira) é feriado nacional (Proclamação da República).



**ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ  
DIRETORIA DE LICITAÇÕES E CONTRATOS**

**RESULTADO DA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA E ABERTURA DE PRAZO DE RECURSO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024**

A Câmara Municipal de Macaé, através da Comissão de Contratação, toma público, que conforme item 13.11 do edital da Concorrência Pública nº 001/2024, fica aberto o prazo para recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da data desta publicação. Segue abaixo o resultado da análise das propostas técnicas com as respectivas classificações:

**Classificação:**  
1ª Empresa: EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA  
Pontuação do Invólucro 01: 62,30  
Pontuação do Invólucro 03: 34,50  
Pontuação final: 96,80  
Situação: CLASSIFICADA

2ª Empresa: DTP PUBLICIDADE  
Pontuação do Invólucro 01: 58,45  
Pontuação do Invólucro 03: 32,66  
Pontuação final: 91,11  
Situação: CLASSIFICADA

Macaé-RJ, 08 de novembro de 2024.  
Isabela Ferreira Santos  
Diretora de Licitações e Contratos  
OAB/RJ 211.193 / Mat. 6028-3

Dito isto, a presente peça de bloqueio protocolada nesta data, resta indelével sua tempestividade, devendo a presente ser acolhida.

### **DAS RAZÕES DO RECURSO**

A presente peça de resistência tem o condão de refutar, com base nos argumentos que a frente se discorrerão, da impossibilidade de classificação da licitante **EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA** em razão de ter desrespeitado regra editalícia que tinha o condão de tornar a licitação equânime a todos os participantes.

O item 1.1 do Anexo V do Edital que prevê a forma de apresentação e conteúdo da proposta técnica é cristalino ao prever as regras básicas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, consignando que para sua apresentação, a licitante deveria levar em conta as seguintes orientações:

**1.1 Raciocínio Básico** – Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup> 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.

Tais orientações têm o condão, por óbvio, de se manter, para subcomissão técnica, em anonimato, quais seriam os licitantes que teriam preparado àquelas propostas técnicas.

Tal previsão, foi inserida pelo legislador, com o objetivo de se manter a isonomia e a igualdade competitiva entre as licitantes evitando, assim, quaisquer “benefícios” ou julgamentos direcionados entre as competidoras.

Após a análise do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada é aberta a via identificada para aplicação da pontuação a cada uma das licitantes.

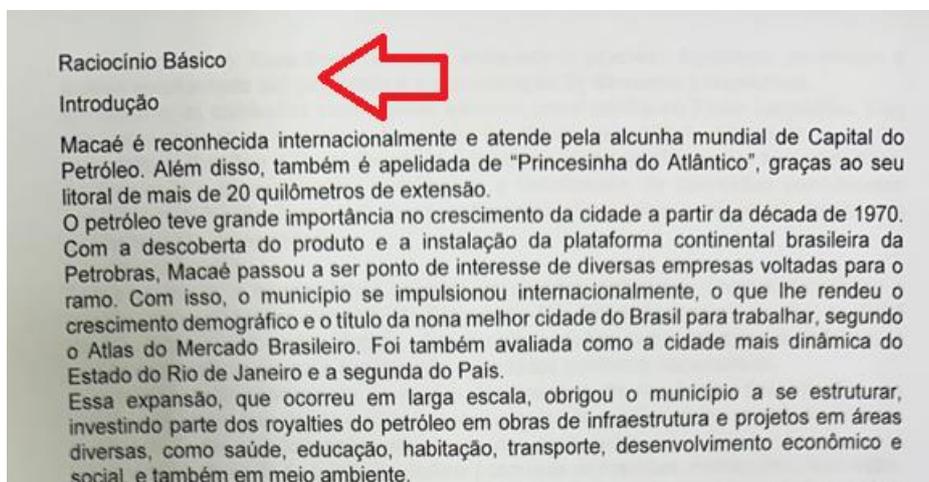
Isto posto, necessário ressaltar que a licitante **EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA** desrespeitou a previsão editalícia da via não identificada que fere de morte a isonomia e competitividade entre as concorrentes.

Após a abertura da via identificada restou claro que a licitante **EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA** apresentou como Plano de Comunicação Publicitária “VOCÊ PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA.”

Conforme acima posto, o item 1.1 do Anexo V do Edital determina que o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** deve ser apresentada em:

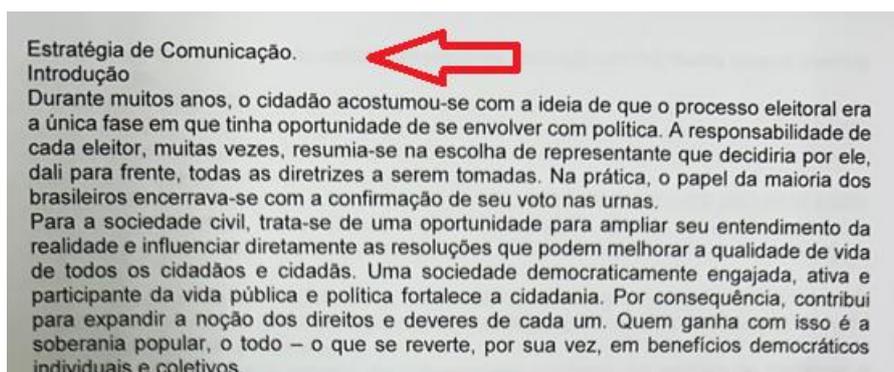
*Texto de até 5 (cinco) páginas apresentado em papel A4, branco, folhas soltas com 75 gr/m2 a 90 gr/m2 e numeradas em todas as páginas pelo editor de textos a partir da primeira página interna em algarismo arábico no canto inferior direito da página, orientação retrato, com espaçamento de 2 cm das margens 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.*  
(sem destaque no original)

Como se não pode notar da imagem abaixo colacionada, a aqui recorrida na primeira folha da via não identificada, feriu de morte a isonomia e competitividade entre as concorrentes.



Resta indelével que conforme mostra a imagem, foi desobedecido o espaçamento simples entre o título, subtítulo e o texto da proposta da via não identificada.

E para que não reste dúvidas quanto a artimanha utilizada, é que a Recorrida em obediência ao edital, na apresentação das demais peças (Estratégia de comunicação, Ideia criativa e Estratégia de mídia e Não mídia), não descumpriu o mandamento editalício, como se vê abaixo:



Resta claro que deixou, PROPOSITAMENTE, a diferenciação, somente na primeira folha da via não identificada, tornando-a, por óbvio, **IDENTIFICADA**.

Acreditando a Recorrida que a aqui Recorrente se assemelhasse com azêmola, que não notaria sutil diferenciação, todavia capaz de ferir de morte o sigilo da via não identificada, restando maculada sua documentação, se impondo sua DESCLASSIFICAÇÃO em razão de descumprimento de regra editalícia.

A intenção do legislador de proibir a identificação dos licitantes autores dos planos de comunicação é evidente e foi ressaltada inúmeras vezes durante a tramitação do Projeto de Lei que deu origem à mencionada Lei nº 12.232/10. Colhe-se trecho de autoria do Deputado Federal José Eduardo Cardozo, autor do Projeto de Lei, que **“(…) Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas”** (Destaques do subscritor).

Assim, dificulta-se ainda mais a corrupção e a fraude no procedimento, além e promover a imparcialidade no julgamento da proposta técnica, entendimento firmado pelo professor Nieburh:<sup>1</sup>

Quer-se que a avaliação técnica seja realizada às cegas no tocante aos seus autores e determinada pelo conteúdo das propostas e soluções e não pela identidade da agência de publicidade que o 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.

Da mesma maneira entende o festejado Ronny Charles:<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> NIEBUHR, Joel de Menezes. Licitação Pública e Contrato Administrativo. 5ª Ed. Belo Horizonte: Fórum, 2022. P. 645.

Haverá, portanto, uma análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.

O edital é claro e não pode ser ignorado. Não se trata de mero erro formal, mas sim de descumprimento grave do edital, da lei e da Constituição Federal, cabendo a desclassificação da agência em comento.

Nos casos como o que aqui se analisa, o propósito da Lei nº 12.232/10, em seu artigo 11, é o de impedir qualquer tipo de tentativa ou incidente que possa apontar a identidade do licitante. A obrigatoriedade de atender ao edital e seus anexos é para todas as concorrentes, não se podendo aceitar que alguma delas tenha tratamento diferenciado e dela seja aceito um erro tão grave.

Não bastasse a legislação acima apontada, a melhor doutrina trilhando o caminho aqui posto, da mesma maneira segue a jurisprudência dominante nos entes públicos, e não poderia ser diferente.

A exemplo, colocamos abaixo decisão adotada pela Prefeitura Municipal de São João da Barra/RJ em caso de identificação da *via não identificada* em licitação para contratação agência de publicidade, o qual colocamos os trechos abaixo, e encaminhamos na íntegra, como anexo.

---

<sup>2</sup> <https://ronnycharles.com.br/licitacoes-e-contratacoes-sob-a-egide-da-lei-n-12-232-2010/>

Porém, não podemos deixar de observar que a simples alteração da numeração que deveria ser feita na parte inferior, centralizada, conforme determina ao edital, ao ser feita na lateral da página, mesmo que somente nas últimas páginas, pode, sim, diferenciar a proposta da licitante. Isto posto, lógico, ao diferencia-la da regra determinada, mesmo que sutilmente, isso a torna identificada, sendo, portanto incompatível com o preceito básico de uma proposta "via não identificada".

Portanto, as regras do Edital visam tornar a concorrência imparcial, promovendo a competitividade e escolhendo verdadeiramente a proposta mais vantajosa para a Administração Pública. E por se tratar de uma licitação que possui uma lei específica para tal, não se pode considerar o erro apontado pela subcomissão como mero formalismo exacerbado, já que os próprios membros da subcomissão reconhecem a possibilidade de identificação numa via que deve ser **não identificada**, conforme exposto pela subcomissão:

*"(...) não podemos deixar de observar que a simples alteração da numeração que deveria ser feita na parte inferior, centralizada, conforme determina o edital, ao ser feita na lateral da página, mesmo que somente nas últimas páginas, pode, sim, diferenciar a proposta da licitante. Isto posto, lógico, ao diferencia-la da regra determinada, mesmo que sutilmente, **isso a torna identificada**, sendo, portanto incompatível com o preceito básico de uma proposta "via não identificada"."*

Há de se destacar que a própria contrarrazoante, em sua argumentação de defesa admite a identificação ao afirmar:

Rua São Benedito, 139, Centro, São João da Barra/RJ - CEP: 28.200-000  
Tel./Fax: (22) 3199-9631

2

Isto por si só é suficiente para causar a desclassificação da empresa licitante, tendo em vista que havendo a identificação no conteúdo do envelope possibilitaria reconhecimento de propostas por qualquer um que o manuseie, em especial a subcomissão, ferindo os princípios da imparcialidade.

Assim sendo, diante de todos esses fatos incontroversos aqui elencados, decido pela desclassificação da proposta da empresa DRPM Propaganda e Marketing Ltda e solicito à Comissão Permanente de Licitação que dê prosseguimento ao certame.

Resta, incontestável o descumprimento das regras por parte da aqui Recorrida, restando impossibilitado seu prosseguimento no presente certame.

### DA CONCLUSÃO

Assim sendo, em razão do desrespeito a regra editalícia que tinha como missão tornar o presente imparcial, **tendo a Recorrida EUROFORT COMUNICAÇÃO LTDA identificado a via não identificada**, SE IMPÕE sua desclassificação.

Caso não seja este o entendimento deste Órgão, desde já fica requerido cópia integral dos presentes autos para que possamos remetê-lo aos órgãos de controle externo, quais sejam, Tribunal de Contas do Estado



do Rio de Janeiro – TCE/RJ e ao Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro – MPRJ.

Termos em que,  
p. deferimento.

Macaé/RJ, 11 de novembro de 2024.

Documento assinado digitalmente  
 VICTOR HUGO MACHADO TINOCO  
Data: 11/11/2024 11:07:21-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**TINOCO MACHADO COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES – DTP PUBLICIDADE**  
CNPJ 32.014.078/0001-51  
**VICTOR HUGO MACHADO TINOCO**  
CPF 109.683.497-90



**PREFEITURA DE SÃO JOÃO DA BARRA**

Estado do Rio de Janeiro

Secretaria de Comunicação Social

São João da Barra, 25 de janeiro de 2023.

**Comunicação interna – C.I. SECOM nº 43/2023.**

**Para:** Coordenadoria Geral de Licitações e Contratos

**De:** Secretaria de Comunicação Social

---

**Assunto:** Concorrência Pública 001/2022.

---

Prezado Senhor,

Venho por meio desta, encaminhar, anexo, Parecer da subcomissão técnica e Decisão da Secretaria de Comunicação Social a respeito do recurso impetrado pela licitante Tinoco Machado Comércio e Representações LTDA e as contrarrazões da empresa DRPM Propaganda e Marketing Ltda, referente a Concorrência Pública 001/2022.

Prevaleço-me do ensejo, para reiterar os nossos protestos de estima e distinta consideração.

Atenciosamente,



**Rodrigo Florencio Machado**  
Secretário Municipal de Comunicação Social  
Mat.:586.569-03

# PARECER

## SUBCOMISSÃO TÉCNICA CONCORRÊNCIA PÚBLICA 001/2022

Para Secretário de Comunicação Social  
Sr. Rodrigo Florencio

Prezado,

Após análise do recurso impetrado pela licitante Tinoco Machado Comércio e Representações LTDA e as contrarrazões da empresa DRPM referente a concorrência pública 001/2022, nós, integrantes da subcomissão técnica da referida concorrência, revemos a proposta técnica da empresa DRP Propaganda e Marketing Ltda, via não identificada, e concluímos que a mesma feriu a exigência do edital no seu item 11.2, ao numerar, de forma equivocada e errônea, as páginas 16, 17, 18, 19, 20 e 21.

O referido item diz:

*Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:*  
*para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:*

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;*
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;*
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;*
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;*
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;*
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;*
- g) alinhamento justificado do texto;*

*h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;*

*i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;*

*j) sem identificação da licitante.*

Porém, não podemos deixar de observar que a simples alteração da numeração que deveria ser feita na parte inferior, centralizada, conforme determina ao edital, ao ser feita na lateral da página, mesmo que somente nas últimas páginas, pode, sim, diferenciar a proposta da licitante. Isto posto, lógico, ao diferencia-la da regra determinada, mesmo que sutilmente, isso a torna identificada, sendo, portanto incompatível com o preceito básico de uma proposta "via não identificada".

Destacamos que tal falha não havia sido observada pela subcomissão a época do julgamento das propostas, mas reafirmamos que o referido julgamento se deu de forma idônea, sendo realizado com extrema lisura e impessoalidade por seus membros. Desta forma, objetivando mais uma vez reafirmar nosso compromisso com o princípio da isonomia, é que apresentamos tal parecer.

São João da barra, 24 de janeiro de 2023

Fabício da Silva Berto

Gabriela Hintz

Marcial Antônio Ximenes da Silva



Documento assinado digitalmente  
GABRIELA HINTZ  
Data: 25/01/2023 11:21:23-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>



Documento assinado digitalmente  
FABRICIO DA SILVA BERTO  
Data: 25/01/2023 11:28:33-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>



Documento assinado digitalmente  
MARCIAL ANTONIO XIMENES DA SILVA  
Data: 25/01/2023 15:40:23-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>



## DECISÃO

São João da Barra, 25 de janeiro de 2023

Trata-se de decisão pautada no parecer da Subcomissão técnica, responsável pela avaliação das propostas técnicas das empresas licitantes na concorrência pública 001/2022, que analisou o recurso impetrado pela licitante Tinoco Machado Comércio e Representações LTDA e as contrarrazões da empresa DRPM Propaganda e Marketing Ltda, conforme prevê o Edital (item 23.3.1).

Esclareço que esta decisão visa garantir os princípios básicos da licitação pública, previstos no art. 3º da Lei nº 8.666/93, bem como assegurar a lisura e o cumprimento das regras claras estipuladas em diversos momentos no Edital da concorrência pública 001/2022, tais como no item:

*“ 31.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes”.*

Como sabido, nas licitações de publicidade, a proposta técnica é entregue em 3 (três) invólucros: 1º invólucro – plano de comunicação publicitária em via não identificada; 2º invólucro – plano de comunicação publicitária em via identificada; 3º invólucro – capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação.

No que tange ao invólucro 1, faz-se necessário observar que deverão ser entregues em sessão licitatória sem qualquer identificação, seja no próprio invólucro ou em seu conteúdo. Isto serve para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, possibilitando a avaliação imparcial da subcomissão de licitação.

Tal exigência encontra-se explícita na Lei nº 12.232/2010, que determina a padronização do plano de comunicação publicitária, devendo ser de mesmo tamanho, fonte tipográfica, espaçamento de parágrafos, dentre outros aspectos; bem como, será vedada a oposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal, palavra, etiqueta, documentos ou qualquer outro elemento nele contido, que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada.

Por se tratar de regra cogente, o edital da Concorrência Pública 001/2022 aborda esta questão de forma direta e clara, no item 11.2, conforme relatado pela Subcomissão Técnica em seu parecer:



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DA BARRA

“ 11.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

Portanto, as regras do Edital visam tornar a concorrência imparcial, promovendo a competitividade e escolhendo verdadeiramente a proposta mais vantajosa para a Administração Pública. E por se tratar de uma licitação que possui uma lei específica para tal, não se pode considerar o erro apontado pela subcomissão como mero formalismo exacerbado, já que os próprios membros da subcomissão reconhecem a possibilidade de identificação numa via que deve ser **não identificada**, conforme exposto pela subcomissão:

“(…) não podemos deixar de observar que a simples alteração da numeração que deveria ser feita na parte inferior, centralizada, conforme determina o edital, ao ser feita na lateral da página, mesmo que somente nas últimas páginas, pode, sim, diferenciar a proposta da licitante. Isto posto, lógico, ao diferencia-la da regra determinada, mesmo que sutilmente, **isso a torna identificada**, sendo, portanto incompatível com o preceito básico de uma proposta “via não identificada”.”

Há de se destacar que a própria contrarrazoante, em sua argumentação de defesa admite a identificação ao afirmar:



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DA BARRA  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DA BARRA

*(...) meros erros formais e sanáveis caracterizado pela **identificação de via não identificada***

Isto por si só é suficiente para causar a desclassificação da empresa licitante, tendo em vista que havendo a identificação no conteúdo do envelope possibilitaria reconhecimento de propostas por qualquer um que o manuseie, em especial a subcomissão, ferindo os princípios da imparcialidade.

No Edital da Concorrência Pública em questão, o item 12.5 é cristalino:

*“Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:*

***a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;***

*b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;*

*c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos”.*

Assim sendo, diante de todos esses fatos incontrovertidos aqui elencados, decido pela desclassificação da proposta da empresa DRPM Propaganda e Marketing Ltda e solicito à Comissão Permanente de Licitação que dê prosseguimento ao certame.

  
**Rodrigo Florencio Machado**  
**Mat. 586.569-03**  
**Secretário Municipal de Comunicação Social**