

**Excelentíssima Senhora Pregoeira da Companhia de
Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo-CEAGESP**

Pregão Eletrônico nº. 90003/2024

Processo Administrativo nº. 005/2024

Objeto: Contratação de empresa especializada em serviços de distribuição de publicidade legal, em preto e branco, de atos oficiais de interesse da **CEAGESP** em jornais de grande circulação local/regional (municipal/estadual) em todo o Estado de São Paulo, incluindo-se a diagramação do texto, bem como disponibilização do periódico em si, para conferência da publicação, conforme quantidades e especificações constantes do **Anexo I – TERMO DE REFERÊNCIA**.

PHÁBRICA DE PRODUÇÕES SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP, estabelecida na Rua Dias Vieira, nº 132, Vila Sonia, São Paulo/SP, CEP: 05632-090, inscrita no CNPJ sob o nº 00.662.315/0001-02, representada por **CELSO KISHIMOTO**, sócio, documento de identidade RG [REDACTED], inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas-CPF sob o nº [REDACTED], endereço eletrônico: [REDACTED], com fulcro no artigo 164, da Lei nº 14.133/2021, e no subitem 10.1 e seguintes do Edital, vem a Vossa Senhoria apresentar **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**, o que faz pelas razões e fundamentos de direito adiante delineados:

I. Das Razões e Fundamentos de Direito

De antemão, é de se registrar nossos cumprimentos aos responsáveis pela elaboração dos Editais desta Administração pela costumeira diligência, contudo, *in casu*, devido ao objeto licitado referir-se a publicidade, houve um excesso nas exigências no que toca a qualificação técnica, prejudicando, com isso, a ampla competitividade na disputa do certame.

[REDACTED]

Isso porque, a alínea “b” do subitem 8.2.3, do Edital e o subitem 4.2, do Anexo I, Termo de Referência exigem o Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, verifique-se:

“8.2.3. Documentação relativa à Qualificação Técnica

[...]

b) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.”
(destacamos)

“4.2. Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.”
(destacamos)

Pois bem.

Ocorre que, a exigência acima colacionada diz respeito a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º, §1º, a qual não se aplica neste caso por se tratar de publicação dos atos oficiais desta Administração, para fim de atender o princípio da publicidade, o que não se confunde com propaganda institucional.

A Lei nº 12.232/2010 tem como objetivo reger as licitações e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados, necessariamente, por intermédio de agências de propaganda, consoante seu artigo 1º, e define no seu artigo 2º o que é serviços de publicidade para fins da referida Lei, a saber:



“Art. 2o Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.” (destacamos)

Ou seja, a mencionada Lei, aplica-se quando o objeto tratar da publicidade, ou melhor, da propaganda promocional ou institucional da Administração Pública, que é aquela que possui certa complexidade, exige criatividade, prévio estudo, planejamento, conceituação, concepção, contratação e supervisão dos veículos de divulgação, entre outros, o que difere das publicações de atos oficiais por sua própria simplicidade técnica, sem a natureza de difundir ideias ou promover fatores institucionais da Administração.

À guisa de ilustração, pode-se dizer que existe uma diferença entre publicidade legal e publicidade promocional, onde a primeira é publicidade obrigatória e a segunda divulgação, neste sentido, Diógenes Gasparini, explica que:

“A literalidade e, principalmente, a finalidade desses preceptivos autoriza afirmar que à Administração Pública é, de um lado, determinada a publicidade, e, de outro, permitida a divulgação, ainda que sem essa distinção nominal. Em razão desses textos, a notícia promovida pela Administração Pública ora destina-se a cumprir exigência legal; ora visa informar a comunidade sobre a promoção de programa, obra, serviço, campanha ou ato público.” (destacamos)

Com efeito, nas licitações de publicações obrigatórias à Administração Pública, não se aplica as disposições da Lei nº 12.232/2010, e, neste exato sentido, tem-se apoio na jurisprudência do **TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO-TCESP**, vejamos:



“PROCESSO: TC-00020760.989.19-4: Ementa: Licitação e Contrato. Contratação de agência de publicidade para serviços singelos. Inaplicabilidade da Lei 12.232/2010. Regras do edital em consonância com a Súmula 50 TCESP. Regular. [...] DECIDO. Estes autos foram formalizados para exame da contratação efetivada pela Prefeitura Municipal de Anhembi com a empresa Jamila Cury ME, com vistas à contratação de agência de publicidade para criação de peças publicitárias. A execução da avença, tratada nos autos do TC-021065.989.19-6 encontra-se em fase instrutória e não será examinada nesta oportunidade. A contratação em comento regeu-se pela Lei Federal nº 8666/93 e foi processada na modalidade convite, dado seu valor. Cabe acolher as razões de defesa deduzidas para escolha da lei de regência aplicável ao torneio. Pela natureza dos serviços em questão, pela sua singeleza, descabia à Municipalidade subsumir-se ao que determina a Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010, que dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. É o caso em exame. Resta patente, pela descrição dos serviços prestados e pela modicidade da contratação (R\$ 12.000,00/mês), que a Administração Municipal deu ao objeto em disputa o status de simples coordenação de publicidade de atos oficiais na imprensa escrita e no sítio oficial. Sobre a devida aplicação da Lei, em judicioso artigo publicado no sítio deste Tribunal de Contas, Rodrigo Corrêa da Costa Oliveira[1], expende importantes considerações sobre a Lei 12.232/10, do qual transcrevo o excerto que bem descreve a situação ora tratada, verbis: Licitações de Agências de Publicidade – Lei nº 12.232/2010 A contratação de Agências de Propaganda pela Administração Pública sempre se pautou pela Lei Geral de Licitações, a Lei nº 8.666/93. Contudo, citada norma traz regras e procedimentos que não permitiam, eficientemente, a escolha



da melhor proposta para prestação de serviços por agências de publicidade, já que a ferramenta e diferencial neste mercado é a criatividade dos profissionais, característica capaz de ser valorada apenas subjetivamente. [...] Outro fator importante a ser observado é que a Lei em comento não se aplica a qualquer serviço de publicidade, mas apenas às atividades complexas, realizadas de forma integrada e por intermédio de agências de publicidade, conforme se pode compreender da leitura conjunta dos artigos 1º e 2º: (grifei). Nesse diapasão, não resta censura à não aplicação da Lei 12.232/10 ao caso concreto [...]. CA, 19 de Julho de 2022. ANTONIO CARLOS DOS SANTOS AUDITOR” (destacamos)

E, sendo assim, a exigência do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, para a qualificação técnica, **extrapola os limites do artigo 67, da Lei nº 14.133/2021.**

Ademais, há de se considerar que empresa especializada em serviços de distribuição de publicidade legal, não se restringe a agência de publicidade, como por exemplo, as empresas jornalísticas que são as proprietárias de jornais, isto é, o próprio jornal, as quais, dificilmente, atenderão a exigência do CENP, por não serem Agência e sim um Jornal, diminuindo, desta forma, o número de interessados na disputa do certame.

Concluindo, no nosso pensar, em homenagem ao princípio da competitividade e aos correlatos, previstos no artigo 5º, da Lei 14.133/2021, a correção do Edital é medida que se impõe para fim de excluir as exigências dos subitens 8.2.3, alínea “b” e 4.2, do Anexo I, do Edital.

II. Do Pedido

Isso posto, requer, digne-se, Vossa Senhoria:



- a) Que receba e processe a presente Impugnação, para fim de corrigir o Edital, excluindo a exigência do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;
- b) No final, que retorne o Pregão, observando-se os procedimentos de estilo.

Termos em que, respeitosamente,
pede deferimento.

São Paulo, 17 de maio de 2024



**PHÁBRICA DE PRODUÇÕES SERVIÇOS DE
PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA-EPP
CELSO KISHIMOTO
REPRESENTANTE LEGAL**

