

**À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO JULGADORA DA LICITAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA BAHIA**

**Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 006/2023.**

**PROPEG COMUNICAÇÃO S/A**, pessoa jurídica de direito privado já qualificada nos autos da Concorrência em epígrafe identificada, doravante denominada simplesmente “**PROPEG**”, por intermédio do seu representante legal, vem à presença desta Douta Comissão, apresentar as suas

**C O N T R A R R A Z Õ E S**

com fundamento no art. 11, § 4º, VIII, da Lei nº 12.232/2010 e no item 8.4.1 do edital do certame, em face dos Recurso Administrativo interposto pela **Engenho Novo Comunicação Ltda. (Engenho)**.

**TEMPESTIVIDADE**

Nos termos do item 8.4.1 do Edital em exame, os licitantes dispõem do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação, para apresentação de impugnações ao recurso administrativo.

Considerando que a comunicação dos recursos administrativos interpostos ocorreu no dia 14 de agosto de 2023, assim, protocolizada nesta data, inegável é a tempestividade da presente peça.

## SÍNTESE DOS FATOS

A Comissão de Licitação publicou o resultado do julgamento das propostas técnicas em 2 de agosto de 2023.

Irresignada, a **Engenho** apresentou Recurso Administrativo no qual resumidamente pleiteia que a **PROPEG** seja desclassificada ou tenha sua pontuação reduzida.

Da leitura das Razões Recursais, infere-se que se trata de **mero inconformismo pela derrota no certame, travestido de argumentação jurídica**. É arguição retórica, são meras ilações sem embasamento fático e sem hipótese normativa que importe na admissão do seu pleito.

As alegações da **Engenho** não têm suporte nos fatos e menos ainda no direito, como será adiante demonstrado. Quem sabe tratando-se de recurso vazio.

Importa destacar que a composição da Subcomissão Técnica, encarregada do julgamento das propostas técnicas, obedeceu às disposições do Edital e reuniu perfis muito favoráveis ao complexo trabalho de julgamento das propostas, todos com experiência acumulada no âmago de suas atribuições.

Superado esse importante aspecto, passa-se a demonstrar que os pleitos da **Engenho** não merecem prosperar, por absoluta falta de resguardo nos fatos e no direito.

Com efeito, a **Engenho** tenta precipitadamente alterar o resultado da licitação e busca descobrir deslizes na Proposta da **PROPEG**.

A fim de fulminar qualquer dúvida quanto ao resultado, a **PROPEG** passa a desconstituir de forma pragmática os argumentos trazidos na peça recursal da **Engenho**.

## **1.DO INEXISTENTE DESRESPEITO AO VALOR DE INVESTIMENTO DO BRIEFING**

A **Engenho** sustenta em sua peça recursal que a **PROPEG** teria desrespeitado o valor de investimento no Briefing por supostamente ter utilizado tabela de preços de representante de rádios com valores menores que os praticados no mercado.

Tal afirmação desafia não só a realidade, como também a lógica. Como pode um representante cobrar mais barato que o representado? Em anexo, segue carta da Integra Mídia afirmando praticar os preços de mercado e de tabela cheia.

Ademais, é de conhecimento da **Engenho**, principalmente por atender contas como Desenhahia e ALBA, que é extremamente útil e comum para os clientes públicos, a utilização de representantes nos meios rádio e outdoor para execução de campanhas no interior do Estado da Bahia.

Além da facilidade de ter um único ponto de contato e controle, a Integra Mídia ainda realiza posteriormente o checking de todas as veiculações nos seus mais de 500 veículos representados.

Por outro lado, numa rápida análise da proposta da **Engenho**, percebe-se que a agência apresentou o valor de R\$2.000,00 (dois mil reais) para utilização de 7 (sete) imagens de banco de imagem. Valor

este, totalmente descolado da realidade do mercado.

Qualquer banco de imagem respeitado, cobra, **no mínimo**, R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais) para licenciar uma única foto, o que no caso em tela importaria no valor de R\$10.500,00 (dez mil e quinhentos reais), que somados ao valor da proposta da **Engenho** no total de R\$299.881,40 (duzentos e noventa e nove mil oitocentos e oitenta e um reais e quarenta centavos), resulta então no estouro da **Engenho** da verba do briefing.

Talvez o valor orçado equivocadamente pela **Engenho**, seja para esconder o estouro de verba que ela cometeu e infundadamente acusou a **PROPEG**.

## **2. DO SUPOSTO PERÍODO DA CAMPANHA SUPERIOR A 30 DIAS**

Mais uma vez a **Engenho**, numa tentativa rasa de encontrar erros na Proposta da **PROPEG**, distorce os fatos e faz um recorte muito pessoal da realidade ao alegar que a **PROPEG** teria planejado campanha na internet no período de 31 dias.

Não é verdade! Tal afirmação não suporta uma rápida busca no resumo de investimentos constante na página 19 da Proposta da **PROPEG**. Vejamos:

MÍDIA				
MEIO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	INSERÇÕES	CUSTO TOTAL	%
Internet	01 a 30.08	8.313.952,97	R\$ 100.000,00	33,3%
Rádio	01 a 13.08 e 21 a 27.08	1.374	R\$ 63.034,02	21,0%
OOH	12 a 25.08	41	R\$ 47.915,00	16,0%
Jornal	04.08	1	R\$ 36.827,70	12,3%
DOOH	01 a 07.08	8	R\$ 16.400,00	5,5%
SUBTOTAL MÍDIA			R\$ 264.176,72	88,1%

Também corrobora com a afirmação, as informações constantes no Cronograma Geral de Mídia, constante na página 20 da proposta da **PROPEG**, o qual mostra o período de 28 dias para a execução da campanha de internet. Vejamos:

CRONOGRAMA GERAL DE MÍDIA									
PRAÇA / MEIO / FORMATO	PEÇA / FORMATO	AGOSTO					INSERÇÕES	VALOR FINAL R\$	%
		1	7	14	21	28			
MÍDIA - INTERNET									
DATAS									
BAHIA/ESTADO									
META	FILME INTERNET 30" + POST ESTATICO E CARROSSEL					6.962.025,32	16.500,00	6,25%	
YOUTUBE	FILME INTERNET 30"					22.000,00	16.500,00	6,25%	
G1 BAHIA	DISPLAYS + VÍDEOS					213.533,22	15.000,00	5,68%	
PORTAL A TARDE	VIDEO HOME + DISPLAYS + PUBLIEDITORIAL					95.454,55	15.000,00	5,68%	
INSIGHT	PUSH NOTIFICATION					4.000,00	10.000,00	3,79%	
PUZZLE ADS	DISPLAYS IAB + VIDEO					1.016.939,89	27.000,00	10,22%	
TOTAL MÍDIA INTERNET						8.313.952,97	100.000,00	37,85%	

Ora, o que ocorreu foi que a **Engenho** fez um recorte de um mero erro formal de uma planilha de internet da **PROPEG** para alardear que a agência teria violado as disposições editalícias.

No entanto, não conseguiu (e nem tentou) mostrar como isso geraria qualquer desequilíbrio na isonomia, até porque o período real utilizado pela **PROPEG** na sua campanha foi de 30 (trinta) dias. Desta forma, tal alegação, por não possuir qualquer respaldo fático, deve ser sumariamente rechaçada.

### **3. DA RISÍVEL ALEGAÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE NOMENCLATURA ERRADA**

A **Engenho** sustenta que a **PROPEG** teria utilizado nomenclatura errada ao se referir em partes de sua proposta ao Tribunal de Justiça da Bahia.

Neste ponto a **Engenho** se arvora para realizar o julgamento da proposta técnica da **PROPEG**. Com efeito, caso a **Engenho** quisesse ter um de seus colaboradores na subcomissão técnica, deveria ter se candidatado para tal, no prazo legal.

Ainda que a **PROPEG** tivesse obtido nota máxima neste quesito, o que não ocorreu, a **Engenho** buscou inovar ao propor um critério próprio de avaliação das propostas técnicas.

O instrumento convocatório traz em seu Anexo III - REQUISITOS PARA JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS, os critérios objetivos de avaliação de todos os quesitos e em nenhuma alínea está presente o critério trazido pela **Engenho**.

Além disso, o briefing, ao contrário de recorte feito pela **Engenho**, possui várias referências ao Tribunal de Justiça do Estado da Bahia. Vejamos:

“O presente Briefing tem por objetivo orientar as Agências de Publicidade, interessadas em participar do Processo Licitatório do **Tribunal de Justiça do Estado da Bahia**, especialmente no que se refere à simulação de campanha solicitada nas Orientações e Exigências Relativas à Proposta Técnica do Termo de Referência, visando dar conhecimento à população do Estado da Bahia, dos direitos e dos atos jurídicos, dentro dos critérios constitucionais de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.”

“Apresentação do **Tribunal de Justiça do Estado da Bahia**.”

“Benefícios ao cidadão: • Obtenção de informações de forma clara, concisa e padronizada acerca dos dados de gestão do **Tribunal de Justiça do Estado da Bahia.**” (grifamos)

Não há qualquer erro na proposta da **PROPEG** por ter utilizado a nomenclatura Tribunal de Justiça da Bahia, pois as referências foram feitas tanto ao Poder Judiciário da Bahia quanto ao próprio Tribunal. Portanto, não ocorreu, nem foi citada pela Subcomissão Técnica, nenhuma dificuldade no entendimento das nomenclaturas usadas.

#### 4. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Mais uma vez a **Engenho** não teve o devido cuidado ao analisar a proposta e alardeia que a **PROPEG** não teria previsto em sua proposta os custos de Wi-fi gratuito descritos na Estratégia de Comunicação.

Ledo engano. Obviamente o custo de wi-fi deve e está corretamente previsto nos custos de Produção. Vejamos na página 19, Resumo geral da campanha:

PRODUÇÃO			
PEÇAS CORPORIFICADAS			
PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL	%
VÍDEO 30"	1	R\$ 12.400,00	4,14%
SPOT 30"	1	R\$ 2.600,00	0,87%
OUTDOOR SIMPLES	21	R\$ 4.620,00	1,54%
ANÚNCIO JORNAL 1/4 PÁGINA	1	R\$ 200,00	0,07%
MOBILIÁRIO DIGITAL	1	R\$ 2.000,00	0,67%
BANNER INTERNET (com adaptação formato)	1	R\$ 1.000,00	0,33%
<b>SUBTOTAL PEÇAS CORPORIFICADAS</b>		<b>R\$ 22.820,00</b>	<b>7,81%</b>

Como pode ser depreendido dos custos de produção listados, o valor de R\$2.000,00 (dois mil reais) é mais do que suficiente para disponibilizar do wi-fi gratuito em 02 mobiliários urbanos pelo prazo 7 dias. Portanto, também caiu a descuidada alegação da **Engenho** neste aspecto.

## 5. DA SELEÇÃO DE RÁDIOS INATIVAS

A **Engenho** ainda especula que a **PROPEG** teria proposto rádios inativas.

“Foram programadas três emissoras de rádio no interior do Estado da Bahia, que não estão mais em atividade. São elas: Rádio Barreiras AM de Barreiras, Rádio Transamérica de Vitória da Conquista e Rádio Transamérica de Juazeiro.” (grifamos)

Por mais contraditório que seja, em sua própria peça recursal, a **Engenho** afirma que tais rádios apenas mudaram de nome. *In verbis*:

“A primeira, conforme comunicado do próprio veículo, mudou para Jovem Pan FM desde 17/03/2020; sobre a segunda, foi informado pela Sra. Inês Almeida, Diretora da Transamérica Salvador (Cabeça de Rede para as emissoras Transamérica na Bahia) que na praça de Vitória da Conquista não tem emissora Transamérica. Hoje, a emissora ativa, em substituição a Transamérica em Vitória da Conquista, é a UP FM. E a Rádio Transamérica de Juazeiro, que, atualmente, é a Rádio Transrio FM, outrora afiliada da Rede Transamérica.” (grifamos)

Como pode ser visto, não houve por parte da **PROPEG** a proposição de nenhuma rádio inativa, ocorrendo tão somente a mudança de nome de três rádios, que continuam a existir e veicular sua programação normal. Portanto, também não merece guarida esta distorcida alegação da **Engenho**.

## 6. DAS PEÇAS APRESENTADAS NO REPERTÓRIO

Sustenta a **Engenho** que a **PROPEG** teria violado o edital ao apresentar peças de jornal em seu Repertório. Tal afirmação não corresponde à realidade.

O item 9.3 do edital dispõe as orientações as quais devem ser apresentados os quesitos: Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Vejamos:



9.3 No que se refere aos outros requisitos que deverão constar na proposta técnica, quais sejam Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação estes deverão **ser apresentados de acordo com as orientações abaixo, quando da entrega do ENVELOPE N° 03: (grifamos)**

Mais adiante, especificamente no item II – Repertório, há as regras e orientações do respectivo item.

II - Repertório – é integrado por peças publicitárias criadas pela agência, produzidas e veiculadas sob sua supervisão, que deverão ser apresentadas em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

(...)

b) O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, devendo ser apresentado 06 peças ou materiais, observando o limite de até 2 (duas) peças para cada meio de divulgação; (grifamos)

Como é possível perceber, não há qualquer restrição a nenhum meio de comunicação. A redação do quesito é clara! Além disso, qual a razão para um meio tão importante não ser considerado em uma avaliação de repertório? Principalmente por açabarcar um público qualificado de formadores de opinião.

## **7. DA UTILIZAÇÃO DE TABELAS QUE NÃO PERTENCEM AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO PROGRAMADOS.**

Mais uma vez a **Engenho** num malabarismo hermenêutico busca confundir a D. Comissão. Primeiro alega que a **PROPEG** utilizou de tabela de preços de representantes e em seguida sustenta que a **PROPEG** usou tabelas de preço que não pertencem aos veículos programados. É o verdadeiro dilema de Sísifo.

O que são os representantes senão a pessoa física ou jurídica

autorizada legalmente a agir em nome do representado? Que utilizam as tabelas de cada veículo representado.

Conforme já exposto anteriormente, o uso de representantes é uma prática muito comum no mercado publicitário e ao contrário do que a **Engenho** sustenta, são muitos os benefícios de sua utilização, tanto que existem legalmente em todo o país, inclusive em âmbito federal.

Se a **Engenho** não teve expertise em utilizar os representantes legais das rádios, quem sabe tenha errado no quesito economicidade, não levando na sua proposta um plano de mídia eficaz para o seu cliente.

Desta forma, também não se sustenta a contraditória alegação da **Engenho** sobre este tema. Não merecendo maior atenção por parte da D. Comissão.

## **8. DO PREENCHIMENTO DAS FICHAS TÉCNICAS DO REPERTÓRIO.**

Na sua incansável cruzada Kafkiana, a **Engenho** traz em sua peça recursal que a **PROPEG** teria deixado de informar em 04 de suas fichas de repertório a dia da execução da campanha, tendo trazido apenas o mês e o ano.

Ora, talvez a **Engenho** por participar de inúmeras licitações assim como a **PROPEG**, devesse saber que a data constante na ficha tem a função tão somente de demonstrar a contemporaneidade das soluções apresentadas pelas agências, o que se faz, obviamente, com a simples menção ao mês e ano da produção. O que resta por demais comprovada também nas datas de veiculação da peça, informadas em todas as peças do Repertório da **PROPEG**.

E mais, no caso em comento, essa contemporaneidade não foi um requisito explícito do edital, uma vez que não há definição do lapso temporal no qual as peças apresentadas deveriam ter sido veiculadas como ocorrem nos certames federais e que possuem o prazo máximo de 5 (cinco) anos.

Tanto é verdade que a subcomissão técnica julgou sem qualquer ressalva em relação a “data”, as peças muito antigas trazidas pela **Engenho**, como por exemplo o Relato e respectivas peças executadas para ALBA, veiculadas há 7 anos. Certamente se houvesse tal rigor temporal proposto pela **Engenho**, tal Relato sequer deveria ser considerado pela D. comissão. Fazendo com que apenas um dos relatos da **Engenho** pudesse ser a vir pontuado, conforme explicitado no Edital.

Portanto, mais uma vez, não merece prosperar a alegação infundada feita pela **Engenho** também sobre este quesito.

## **9. DA VIOLAÇÃO DA ENGENHO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO**

Curiosamente, apesar de toda devassa desastrada realizada na Proposta da **PROPEG**, ao fim e ao cabo, foi a **Engenho** quem feriu de morte o instrumento convocatório e violou a isonomia do certame ao propor em sua ideia criativa uma peça de internet em total desacordo com o edital.

O item III- Ideia Criativa preconiza a forma de apresentação das peças que deve ser seguida pelas licitantes. A alínea “f” traz as especificidades para apresentação das peças de internet e é cristalino de que os **licitantes devem apresentar as peças no tamanho real ou reduzido**. Vejamos:

*f) Os ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov, assim como as peças gráficas poderão*

***ser impressas em tamanho real ou reduzido***, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou “passpatour”. (grifamos)

Tal disposição, é uma regra padrão constante na maioria dos editais, pois impede que os licitantes apresentem peças em formatos maiores que os permitidos e assim obtenham vantagem na apresentação de suas peças.

E foi justamente isso que a **Engenho** fez ao imprimir em sua peça Carrossel Redes Sociais, **um celular que ocupa metade de uma página A3**. Que modelo de celular gigantesco seria este? Ou tratou-se apenas de subterfúgio para obter vantagem ao expor sua peça?

No mesmo sentido há também diversos enunciados jurisprudenciais do Tribunal de Contas da União (TCU), abaixo exemplificado:

REPRESENTAÇÃO. LICITAÇÃO. PRINCÍPIOS DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO E DO JULGAMENTO OBJETIVO. PROCEDÊNCIA PARCIAL. A Administração não pode descumprir as normas e condições do *edital*, ao qual se acha estritamente vinculada (art. 41 da Lei nº 8.666/1993). **No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos pela Lei de Licitações e Contratos Administrativos** (art. 44 da Lei nº 8.666/1993). **O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de Licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos**, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle (art. 45 da Lei nº 8.666/1993)”. (TCU, Acórdão nº 2345/2009, Rel. Min. Valmir Campelo, J. 07/10/2009)  
“

Por fim, registre-se que não há nenhum erro formal na Proposta Técnica da **PROPEG**, o que houve – como nas demais propostas – foram considerações objetivas da D. Subcomissão que resultaram,

conforme preceitua o Edital, em respectiva redução de pontos de cada quesito avaliado de acordo com as regras do edital.

Erro mesmo foi a **Engenho**, com recurso vago e sem substância, buscar vir a pedir a desclassificação de todos que ficaram à sua frente para sagrar-se vencedora.

Também não subsiste a tese da **Engenho** de inconsistências e incorreções inaceitáveis que levariam a Proposta da **PROPEG** a ser desclassificada. A desclassificação é medida extrema, que não se adequa ao caso em comento, por não possuir o mínimo de proporcionalidade na aplicação.

Com efeito, somente deve ser utilizada a desclassificação do certame, por exemplo, em casos de identificação inequívoca da Proposta Técnica Apócrifa, **o que nem de longe é o caso.**

E mais! Caso fosse utilizada a régua da **Engenho** quanto as inconsistências e incorreções, o que dizer então do seu parco orçamento de fotos, das suas peças antigas apresentadas no Relato, além da violação à forma de apresentação da peça da Ideia Criativa?

No mais, a Submissão técnica é soberana nas suas decisões, até por isso, seus membros possuem a devida qualificação técnica para realizar o julgamento das propostas e a discussão acerca do julgamento de quesitos da proposta técnica realizados por ela deve ser pautado em critérios objetivos, técnicos e previstos em edital, o que não ocorreu no caso em questão.

No mesmo sentido, os Tribunais vêm decidindo pela soberania das decisões das Subcomissões Técnicas. Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. PROCEDIMENTO PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. ALEGAÇÃO DE CERCEAMENTO AOS AUTOS DO PROCESSO ADMINISTRATIVO. VIOLAÇÃO ÀS EXIGÊNCIAS DO EDITAL. DISCRICIONARIEDADE TÉCNICA NO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS QUE EXIGEM CONHECIMENTO ESPECÍFICO. PROPOSTA COM ELEMENTOS ESTRANHOS ÀS EXIGÊNCIAS DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. 1. A homologação e a adjudicação do objeto do certame não conduzem à perda do objeto do mandado de segurança em que se questiona a legalidade do processo licitatório. Considerado nulo o procedimento licitatório, nulas também serão a homologação e a adjudicação, visto que não poderiam substituir sem o procedimento que lhes sustenta. Preliminar afastada. 2. O julgamento das propostas técnicas, em licitações para contratação de serviços de publicidade, deve ser feito por uma subcomissão técnica, em respeito ao art. 10, § 1º, da Lei 12.232/2010.3. Em certos momentos é necessário conhecimento técnico para avaliação das propostas. Aí reside a discricionariedade técnica, a qual não se confunde com a discricionariedade administrativa porque não permite juízos de conveniência ou oportunidade. O que se admite nesses casos é que a subcomissão técnica, com base em seus conhecimentos da área da Publicidade, de modo equânime e imparcial, avalie a adequação das propostas aos critérios objetivos de julgamento. **4. O controle da discricionariedade técnica somente seria possível mediante perícia e em situações excepcionais. Caso contrário, admitindo-se tal discussão em Juízo tão somente para rever a pontuação atribuída às propostas, estar-se-ia a legitimar a substituição da referida subcomissão técnica designada pela Administração por perito designado pelo Poder Judiciário, em grave afronta à separação de Poderes. Precedentes.** **5. Há razão de ordem racional para a legislação de regência - Lei 12.232/2010 - exigir a constituição de subcomissão para julgamento das propostas técnicas, cujos membros devem possuir formação em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou atuar em alguma dessas áreas (art. 10, § 1º). Evidente que a necessidade advém da própria natureza dessas propostas, fazendo-se necessário o especial saber das áreas afins.**6. O acesso aos autos do processo administrativo é garantia constitucional, a que a doutrina denomina de princípio do acesso aos elementos do expediente ou direito de vista . Seu fundamento é o art. 5º, XXXIII, da Constituição Federal, o qual preceitua ser direito de todos receber dos órgãos públicos informações de seu interesse ou de interesse geral, ressalvadas as sigilosas. In casu, o fato de não ter sido concedida vista dos autos do processo administrativo à apelante não impõe a concessão da ordem. A uma, porque a violação do direito de vista não é objeto do mandamus, e, a duas, porque a apelante poderia ter feito uso ou de ação cautelar de exibição de documentos ou do disposto no art. 6º, § 1º, da Lei 12.016/20097. Costuma-se dizer que os conceitos jurídicos indeterminados possuem uma zona de certeza positiva, uma zona de certeza negativa e uma zona de incerteza (ou de penumbra ou ainda cinzenta) no que diz com

sua acepção. Humberto Ávila se refere a núcleos de significado . Há sentidos que certamente se encaixam na palavra objeto de interpretação (certeza positiva), bem como outros que certamente não se encaixam (certeza negativa). Todavia, há certos significados em que é discutível o enquadramento ou não (zona de incerteza).8. A expressão \sob a forma de currículo resumido\, ainda com a exigência de nome, formação e experiência, possui conteúdo mínimo de significado que não pode ser desprezado. Logo, a mera apresentação de diplomas dos profissionais não atende a exigência do edital, impondo-se a exclusão de licitante do certame.9. A não assinatura de peças publicitárias pelo anunciante, quando exigido pelo edital, implica em desatendimento a este e, portanto, em exclusão de concorrente do processo licitatório.10. A apresentação de proposta com elementos estranhos aos exigidos no instrumento convocatório não leva à desclassificação da licitante. O art. 44, § 2º, da Lei 8.666/93 ordena apenas que se desconsidere a parcela estranha ao edital. Destarte, não havendo indícios de que tal parcela tenha sido considerada pela subcomissão técnica quando da atribuição de pontos, não se há falar em exclusão da concorrência. DERAM PARCIAL PROVIMENTO À APELAÇÃO, CONCEDENDO PARCIALMENTE A SEGURANÇA. UNÂNIME. (TJ-RS - AC: 70059597344 RS, Relator: Laura Louzada Jaccottet, Data de Julgamento: 05/11/2014, Segunda Câmara Cível, Data de Publicação: 14/11/2014)

Diante do exposto, percebe-se que as alegações e pleitos da **Engenho** não possuem qualquer substrato técnico ou legal, não merecendo prosperar, devendo ser mantida a nota atribuída corretamente à **PROPEG**, assim como mantida a classificação da **PROPEG** em 2º lugar no certame.

### **CONCLUSÃO E PEDIDOS**

Diante do apresentado, requer a **PROPEG COMUNICAÇÃO S/A** que a Autoridade Superior, por intermédio da D. Comissão Permanente de Licitação do Tribunal de Justiça da Bahia negue provimento ao Recurso Administrativo interposto pela **Engenho** para:

- 1) Manter inalterada a nota da **PROPEG**.
- 2) Manter classificada na ordem atual a **PROPEG**.
- 3) Manter a agência **Engenho** classificada em 3º lugar.

Nestes termos, pede deferimento.

18 de agosto de 2023.

**PROPEG COMUNICAÇÃO S/A  
MICHELE ESTEVEZ  
DIRETORA DE ATENDIMENTO**

Michele  
Estevez





Salvador, 17 de Agosto de 2023

A Propeg Comunicação.

Prezado , bom dia !

A Integra Midia Regional, é registrada legalmente por contrato social devidamente arquivado na Junta Comercial do Estado da Bahia, sob NIRE nº 29600177461, com sede na Rual Alceu Amoroso Lima, 440, Sala 207, Caminho da Árvores, Salvador/BA, CEP 41820770, devidamente inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica/MF sob o nº 27.261.990/001-78 .

Onde sua atuação está ancorada no CNAE Fiscal 4618-4/03 – para atuação de representação comercial .

Fica registrado também, que a tabela de preço praticada pela Integra Mídia Regional é única de tabela cheia (sem descontos ou negociação), além de ser amplamente aplicada em todo mercado publicitário .

Atenciosamente,

Anderson Nascimento  
Sócio Diretor  
Integra Midia Regional



**integra** MÍDIA REGIONAL

Al. Salvador 1057, Ed. Salvador Shopping Business,  
Torre América, sl 305, Salvador/BA • CEP 41.820-790  
(71) 3164-2000 • www.integramidia.com