PREFEITURA MUNICIPAL DE IOMERÊ – ESTADO DE SANTA CATARINA

PREGÃO ELETRÔNICO nº 10/2025

ABRACOM – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO, inscrita no CNPJ nº 05.211.047.0001-18, com sede fixa na Rua dos Pinheiros, nº 489, 9º andar, Pinheiros- São Paulo, nesse ato representada por sua advogada que abaixo subscreve, Dra. Michelle Kviatkoski da Cruz, brasileira, solteira, CPF 046.072.189-52, RG 9.549.591-5, com endereço profissional na Avenida Winston Churchill, 1824, sala 217, bairro Capão Raso, CEP: 81.130-000, Curitiba/PR.

DA TEMPESTIVIDADE

Cumpre esclarecer que a presente impugnação, são plenamente tempestivas, visto que, observando o disposto nos no Edital, impugnamos e apresentamos nossas dúvidas acerca do ato convocatório dentro do prazo de 03 dias úteis anteriores à data fixada para a abertura da licitação, a qual será em 27/02/2025, portanto, findar-se-á em 24/02/2025.

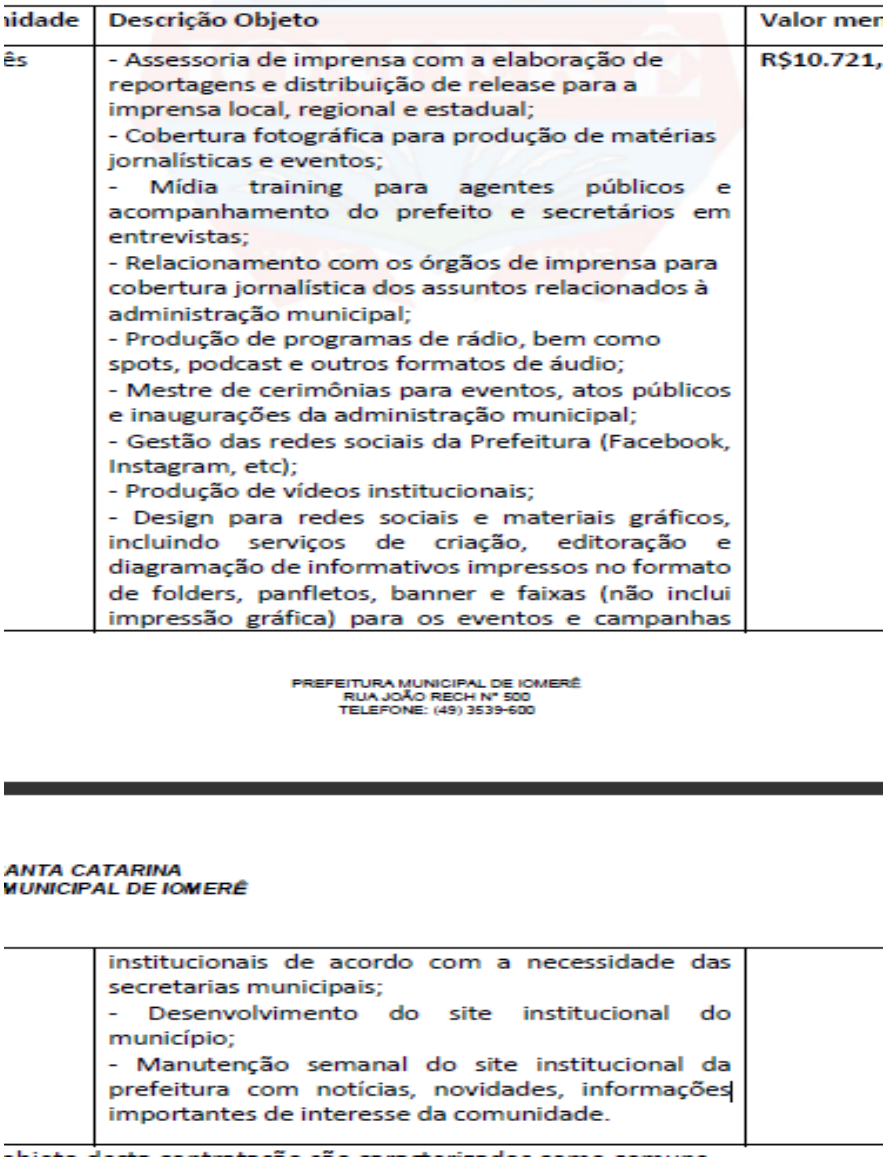
ASSUNTO: DO OBJETO DA LICITAÇÃO – CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE IMPRENSA, RELAÇÕES PÚBLICAS, ASSESSORIA E CONSULTORIA DE MARKETING, PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO SOCIAL - PELA MODALIDADE PREGÃO –VEDADAÇÃO LEGISLATIVA - IMEDIATA ANULAÇÃO.

DOS FATOS IMPUGNADOS:

1). Constatou-se no edital nº 10/2025, que a entidade licitadora deseja contratar Empresa Especializa para prestação de Serviços de Consultoria, Assessoria de Imprensa e Gestão de Redes Sociais. Vajamos especificamente o que deseja contratar o **IOMERÊ/SC**:

1.
DO OBJETO

1.1.
O objeto da presente licitação é
CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO
DE SERVIÇOS DE ASSESSORIA DE IMPRENSA, conforme Termo de Referência (Anexo I).



ıidade	Descrição Objeto	Valor mer
ês	- Assessoria de imprensa com a elaboração de reportagens e distribuição de release para a imprensa local, regional e estadual; - Cobertura fotográfica para produção de matérias jornalísticas e eventos; - Mídia training para agentes públicos e acompanhamento do prefeito e secretários em entrevistas; - Relacionamento com os órgãos de imprensa para cobertura jornalística dos assuntos relacionados à administração municipal; - Produção de programas de rádio, bem como spots, podcast e outros formatos de áudio; - Mestre de cerimônias para eventos, atos públicos e inaugurações da administração municipal; - Gestão das redes sociais da Prefeitura (Facebook, Instagram, etc); - Produção de vídeos institucionais; - Design para redes sociais e materiais gráficos, incluindo serviços de criação, editoração e diagramação de informativos impressos no formato de folders, panfletos, banner e faixas (não inclui impressão gráfica) para os eventos e campanhas	R$10.721,

PREFEITURA MUNICIPAL DE IOMERÊ
RUA JOÃO RECH Nº 500
TELEFONE: (49) 3539-600

ANTA CATARINA
MUNICIPAL DE IOMERÊ

	institucionais de acordo com a necessidade das secretarias municipais; - Desenvolvimento do site institucional do município; - Manutenção semanal do site institucional da prefeitura com notícias, novidades, informações importantes de interesse da comunidade.	

E quando observar-se especificamente as particularidades do objeto licitado descritos no Termo de Referência, nota-se que o que se pretende contratação é execução a **Comunicação social, coordenação de ações de assessoria de imprensa.** E desta forma algumas considerações devem ser refletidas e apresentadas.

Inicialmente, para se verificar qual a modalidade de licitação a ser aplicada para necessária contratação de produtos e serviços, bem como qual o critério de julgamento a ser utilizado, é importante destacar a natureza jurídica daquilo que se busca contratar.

No caso da Comunicação, *lato sensu*, ressalta-se que a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, passou a dispor sobre licitações e contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, no seguinte sentido:

> Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo
>
> Federal - SICOM:
>
> § 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021;
>
> **§ 2º Os serviços de que trata o parágrafo anterior, devido às suas peculiaridades, são de natureza intelectual, intangível e indivisível.**

Ou seja, claramente os serviços de comunicação/publicidade são considerados como de natureza intelectual, intangível e indivisível.

Somado a isso, salienta-se que a Lei nº 12.232/10, que, além de dispor sobre as normas gerais para licitação e contratação, pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, passou a prever, também, disposições sobre os serviços de Comunicação Institucional, por meio das alterações trazidas pela Lei nº 14.356/22, a saber:

> Art. 20-A. **A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei**.
>
> § 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

> § 2º O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no caput do art. 2º desta Lei.
>
> § 3º O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública.
>
> Art. 20-B. Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos:
>
> I - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa; e
>
> II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

Assim, vide o que dispõe o art. 5º da Lei supracitada:

> Art. 5º. As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, **adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço"**.

Portanto, fica evidente que é uma possibilidade à Administração que adote, como tipo de julgamento para a contratação dos serviços colacionados acima, a "*melhor técnica*" ou a "*técnica e preço*".

A diferença entre esses tipos de julgamento, por sua vez, está evidenciada nos artigos 35 e 36 da Lei nº 14.133/21. Veja-se:

> Art. 35. **O julgamento por melhor técnica** ou conteúdo artístico **considerará exclusivamente as propostas técnicas** ou artísticas apresentadas pelos

licitantes, e **o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores**.

Parágrafo único. **O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo poderá ser utilizado para a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística**.

Art. 36. **O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação**, segundo fatores objetivos previstos no edital, **das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta**.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

II - serviços majoritariamente dependentes de tecnologia sofisticada e de domínio restrito, conforme atestado por autoridades técnicas de reconhecida qualificação;

III - bens e serviços especiais de tecnologia da informação e de comunicação;

IV - obras e serviços especiais de engenharia;

V - objetos que admitam soluções específicas e alternativas e variações de execução, com repercussões significativas e concretamente mensuráveis sobre sua qualidade, produtividade, rendimento e durabilidade, quando essas soluções e variações puderem ser adotadas à livre escolha dos licitantes, conforme critérios objetivamente definidos no edital de licitação.

§ 2º No julgamento por técnica e preço, deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica.

§ 3º O desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública deverá ser considerado na pontuação técnica, observado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 88 desta Lei e em regulamento.

Nesse sentido, vide o quão positiva é a adoção do critério de julgamento referente à "*técnica e preço*", uma vez que, por meio dele, é possível aliar a melhor técnica ao melhor preço, o que é muito benéfico à Administração e caminha em paralelo ao interesse público, bem como à vantajosidade e à economicidade.

Destarte, uma vez que, pela natureza predominantemente intelectual dos serviços de comunicação/publicidade, não há como amoldá-los ao formato de bens e serviços comuns, e, portanto, resta inviável a tentativa de contratá-los por meio de Pregão.

Os serviços em questão não podem ser definidos por padrões de desempenho e qualidade, objetivamente, no Edital, tendo em vista que se você apresenta um *briefing* para 5 empresas, serão apresentadas 5 propostas completamente diferentes, tanto no âmbito da criação, quanto em relação à

estratégia de veiculação, por exemplo. Por isso, são especiais e podem ser contratados por meio de licitação cujo critério de julgamento seja a "*melhor técnica*" ou "*técnica e preço*".

Observe-se que o art. 37 da Lei nº 14.133/21 explicita como se dará esse julgamento, prezando a qualidade das propostas licitantes, a saber:

> Art. 37. O julgamento por melhor técnica ou por técnica e preço deverá ser realizado por:
>
> I - **verificação da capacitação e da experiência do licitante**, comprovadas por meio da apresentação de atestados de obras, produtos ou serviços previamente realizados;
>
> II - **atribuição de notas a quesitos de natureza qualitativa por banca designada para esse fim**, de acordo com orientações e limites definidos em edital, considerados a **demonstração de conhecimento do objeto, a metodologia e o programa de trabalho, a qualificação das equipes técnicas e a relação dos produtos que serão entregues**;
>
> III - **atribuição de notas por desempenho do licitante em contratações anteriores aferida nos documentos comprobatórios** de que trata o § 3º do art. 88 desta Lei e em registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

Portanto, é bastante vantajosa à Administração a utilização do tipo de julgamento referente à "*técnica e preço*", que alia qualidade à economicidade. Em que pese sua diferenciação em relação ao critério da "*melhor técnica*", não fica para trás em termos de vantajosidade, pois será mais bem pontuada a empresa que conseguir aliar a qualidade técnica de sua proposta a um preço condizente com o interesse público, permitindo ao gestor a contratação de um serviço de qualidade pelo valor que mais lhe favorece.

Somado a isso, é importante salientar que a Lei nº 12.232/10 não deve ser aplicável à Comunicação Institucional e Digital apenas no que diz respeito ao disposto em seu artigo 5º, conforme supracitado, uma vez que o próprio Tribunal de Contas da União já demonstrou que, tendo em vista o intuito de adotar as melhores práticas para a contratação desses serviços, deve-se aplicar o conteúdo disposto na referida Lei. Senão, vide o que dispõe o Acórdão nº 6.227/2016, da Segunda Câmara:

> Por seu turno, a proposta para que seja enviada recomendação à Secom/PR no sentido de que avalie a possibilidade de adoção de boas práticas para os processos de contratação de serviços de comunicação digital, a exemplo daquelas previstas na Lei nº 12.232, 2010, mostra-se bastante pertinente na medida em que a adoção dessas providências pode dificultar o eventual direcionamento na condução do procedimento licitatório, em atendimento aos princípios da isonomia e do

julgamento objetivo, estando, assim, alinhada com os princípios norteadores da administração pública, em geral, e da licitação pública, em particular.

Assim, observe-se que a Lei 12.232/10 dispõe, em seu art. 6º, V, que o Edital deverá prever a apresentação de uma proposta de preços, a saber:

> 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:
>
> [...]
>
> **V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;** (g.n.)

Essa proposta, então deverá observar as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, o que traz equilíbrio à relação jurídica.

Desta feita, além de legal, a utilização do tipo de julgamento da "*técnica e preço*" para a contratação dos serviços de comunicação/publicidade respeita os princípios administrativos da isonomia, da escolha da proposta mais vantajosa, da economicidade, dentre outros.

Outro giro, afirma-se categoricamente, que optar pela modalidade pregão para a contratação de serviços de Assessoria de Imprensa e Comunicação É VEDADO PELO ORDENAMENTO VIGENTE, desta forma, resta impugnado o Edital de licitação 10/2025 da Prefeitura de IOMERÊ/SC, pois inegavelmente, ilegal.

Derradeiramente, requer que sejam avaliadas as razões e justificativas acima apresentadas, e que o Pregão seja imediatamente anulado, devido a sua flagrante ilegalidade.

Termos em que,

Pede Deferimento.

ABRACOM – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

Michelle Cruz

OAB/PR 81.431

OAB/DF 64.022

MICHELLE KVIATKOSKI DA CRUZ

Digitally signed by MICHELLE KVIATKOSKI DA CRUZ
DN: c=BR, o=ICP-Brasil, ou=AC OAB, ou=15400783000178, ou=Presencial, ou=Assinatura Tipo A3, ou=ADVOGADO, cn=MICHELLE KVIATKOSKI DA CRUZ
Date: 2025.02.24 15:20:47 -03'00'