



RESPOSTA A SOLICITAÇÃO DE IMPUGNAÇÃO

Processo Administrativo: nº 033/2022

Edital de Concorrência: nº 001/2022

Objeto: Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa.

Ementa: Apreciação da impugnação ao Edital interposta pelo Sr. José Carlos Leal dos Santos Júnior, doravante denominado **IMPUGNANTE**. Trata-se de Impugnação aos Termos do Edital, tempestivamente apresentada pela empresa em epígrafe, juntada ao presente processo licitatório.

I - DO HISTÓRICO

O Edital de licitação foi divulgado em 27/06/2022 por meio de publicação em Diário Oficial da União, Edição nº 119, seção 3, página nº 152, bem como no sítio do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de SP, na forma legal, com data de abertura da Sessão Pública prevista para o dia 11/08/2022, às 10 horas.

Em 22/07/2022, o Impugnante, apresentou impugnação ao Edital, encaminhada via correio eletrônico, na forma do item 7.2 do Edital.

II - DA TEMPESTIVIDADE DA IMPUGNAÇÃO

Conforme disposto no item 7.1 do Edital, na forma da legislação pertinente, assim facultou, *in verbis*:

“7.1 - O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 10 h às 16 h, no CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SÃO PAULO, Rua Quinze de Novembro, 194, nesta cidade.

7.2 - A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacao@causp.org.br, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 05 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail”

Logo, diante da expressa previsão legal do cabimento de Impugnação ao Edital a **IMPUGNANTE** se utiliza tempestivamente de tal prerrogativa.

III – DOS ARGUMENTOS

Intenta a Impugnante averbar o instrumento impugnatório ao Edital em apreço, requerendo a nulidade do Edital, conforme os temas relacionados abaixo:



- Da aplicação da lei 12.232/2010;

IV – DA APRECIÇÃO DA IMPUGNAÇÃO

De pronto, é importante destacar que os atos praticados pela Administração em seus procedimentos licitatórios, obrigatoriamente, devem ser pautados pelos princípios da isonomia e da legalidade. Nesse sentido, a realização do certame atende aos princípios licitatórios.

Dada a tempestividade da impugnação, analisando as razões apresentadas pela impugnante, passamos ao mérito.

Pela leitura dos termos convocatórios, pode-se concluir que o CAU/SP, por intermédio da Comissão de Licitações, buscou confeccionar um edital de maneira precisa, contemplando o interesse público, em conformidade e com os ditames legais, buscando a proposta mais vantajosa e evitando a restrição do universo de participantes do procedimento licitatório, preservado, portanto, o referido interesse público.

V – DAS ALEGAÇÕES DA IMPUGNANTE

DA APLICABILIDADE DA LEI 12.232/2010

Alega o Impugnante, em apertada síntese, que a aplicabilidade da lei 12.232/2010 não poderia ser utilizada para a contratação dos serviços pretendidos na Concorrência 01/2022, contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa.

Informa, ainda, que por força dos arts. 1º e 2º, §2º da lei 12.232/2010, existe a vedação dos serviços de Comunicação Corporativa serem contratados pela referida lei. A Saber:

“Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

(...)

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.

(...)



§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.”

Alega, por fim, que a lei 12.232/2010 não poderia ser aplicada em conjunto com a lei 8.666/93 para a contratação pretendida, e que isso iria de encontro à legislação especial dedicada à contratação dos serviços de publicidade.

VI – DO PEDIDO

Em síntese, o Impugnante pugnou, com fundamento na legislação em comento, pela nulidade do edital de Concorrência Pública n.º01/2022 e que seja o mesmo alterado para contemplar a aplicabilidade da legislação sobre os serviços de Comunicação Corporativa.

VII – DO ENTENDIMENTO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

Quanto à Aplicabilidade da Lei 12.232/2010 e lei 8.666/93

Em que pese as alegações da **IMPUGNANTE** de que as regras contidas na lei 12.232/2010 não poderiam ser aplicadas na contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação Corporativa, cumpre esclarecer o quanto segue.

No último dia 31 de maio de 2022 foi sancionada a lei 14.356 que alterou a lei 12.232/2010 para dispor sobre as contratações de serviços de comunicação institucional dentre outros, conforme segue:

“Art. 1º Esta Lei altera a [Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010](#), para dispor sobre as contratações de serviços de comunicação institucional, e a [Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#), para dispor sobre gastos com publicidade dos órgãos públicos no primeiro semestre do ano de eleição.

Art. 2º A [Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010](#), passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 20-A e 20-B:

“**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.” (grifo nosso)

Em complemento, vejamos o que diz o artigo 5 da lei 12.232/2010.

“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”.

Resta evidente que pela alteração proposta pela lei 14.356/2022, as diretrizes utilizadas no edital de concorrência 01/2022 são as que mais se adequam à contratação dos serviços de Comunicação Corporativa, não cabendo ao Administrador Público seguir outro trâmite senão aquele contido na lei 12.232/2010, bem como o descrito no artigo 22 da lei federal de licitações e contratos 8.666/93, adotando-se a modalidade “melhor técnica” ou “técnica e preço”, como no caso em questão.

Portanto, este conselho, em atenção ao princípio de indisponibilidade do interesse público, segue a determinação normativa supracitada, não restando razão aos argumentos do Impugnante.

Todavia, em análise à nova legislação apresentada, do formato em que se encontra o edital e do poder-dever da Administração Pública rever os próprios atos, entendemos por bem a modificação dos itens 1.2 e 1.3 do edital.



Após análise das alegações apresentadas pela área técnica e levando em consideração os argumentos do impugnante, conclui-se ser descabida a alegação do insurgente, visto que as condições estabelecidas no Edital estão em consonância com a legislação vigente, com regras claras, não ferindo a legislação aplicada.

VIII – DA DESCISÃO

Ante as considerações apresentadas, analisando as razões do impugnante, na condição de Presidente da Comissão Permanente de Licitação, manifesto pelo conhecimento da impugnação, tendo em vista a sua tempestividade, para, no mérito, **negar-lhe** provimento, pela ausência de fundamentação que sustente o pleito.

Desta forma opino, pela continuação do processo licitatório.

São Paulo, 05 de agosto de 2022

Daniel Costa Garcia
Presidente CPL