

AO MUNICÍPIO DE FORTUNA DE MINAS/MG,
Ilmo. Sr. PREGOEIRO e Membros da Equipe de Apoio,
REF. IMPUGNAÇÃO AOS TERMOS DO EDITAL

- EDITAL DE PREGÃO ELETRÔNICO Nº 001/2023
- PROCESSO LICITATÓRIO N. 041/2023

A **W&M PUBLICIDADE LTDA.**, pessoa jurídica de Direito Privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº: 01.527.405/0001-45, com sede na Av. Augusto de Lima, nº 233, conjunto 1220, bairro Centro, Belo Horizonte, CEP: 30.190-000, Minas Gerais, vem por seus procuradores que esta subscrevem, com fulcro no parágrafo 1º, do art. 41, da Lei 8666/1993, observado o prazo descrito no Edital apresentar

IMPUGNAÇÃO

em face de disposições editalícias contrárias a legislação, pelas razões de direito a seguir articuladas:

1 DOS FATOS

Cuida-se de Processo Licitatório na Modalidade Pregão, na forma ELETRÔNICA. O certame em comento tem por objeto a publicação de atos oficiais (publicidade legal) em jornais.

Ocorre que, o instrumento convocatório tem cláusulas que são contrárias ao ordenamento jurídico brasileiro, o que será demonstrado na presente impugnação.

2 DOS FUNDAMENTOS DE DIREITO

2.1 Modalidade mais adequada de acordo com o objeto

A Impugnante obteve o edital e ao compulsá-lo verificou-se, logo de início, que a Municipalidade optou pelo Pregão na forma eletrônica, todavia este não é o procedimento licitatório mais adequado para contratar o objeto em epígrafe. Explica-se brevemente:

Na condição de agência especializada em publicidade legal, que atua no mercado há quase 30 anos, a impugnante tem condições de fornecer informações de rotina, muitas vezes desconhecidas pelos membros desta Z. Equipe de Licitações e Compras.

Assim, afirma-se que é deveras importante que **a contratação se dê através de Pregão Presencial** pelas seguintes razões: negociação direta com o fornecedor, rapidez no recebimento de documento, facilidade em resolver as dúvidas, desburocratização e transparência.

SIM, o PREGÃO PRESENCIAL possibilitará o debate entre o pregoeiro e licitantes, bem como a discussão em torno dos veículos de comunicação que serão ofertados por cada um deles nas respectivas propostas.

De igual modo será possível a verificação prévia de todos os documentos dos concorrentes, eis que **apenas as agências de publicidade e outras empresas jornalísticas podem prestar serviços de diagramação e publicação de atos oficiais. O pregão presencial possibilitará o afastamento de “aventureiros”, sem a capacidade técnica necessária a consecução dos serviços.**

Ao contrário de outros segmentos, as regras do Pregão Eletrônico para prestação de serviços de publicidade legal **ofuscam concorrentes desleais e**

desprovidos de capacidade técnica e da documentação necessária para formalização da contratação.

Tal panorama poderá conduzir o processo para fase recursal e, quiçá, ao Tribunal de Contas do Estado.

Ademais, **o Pregão Presencial permite a imediata intervenção dos licitantes e pregoeiro, inibindo ofertas inexequíveis e indicação de veículos de comunicação que não atendam os requisitos do Edital e da legislação que, certamente, trarão transtornos a este órgão da Administração Pública.**

Vale dizer que a prática de preços predatórios é corriqueira em processos licitatórios eletrônicos pois algumas agências sediadas fora do Estado de Minas Gerais, desvirtuam a metodologia correta de cobranças com o fim de obter lucros.

O PREGÃO PRESENCIAL É MAIS CÉLERE, atendendo perfeitamente o princípio da celeridade, eis que é mais dinâmico e contempla a contratação de apenas um item.

Vale lembrar da complexidade da licitação, ante as variadas peculiaridades da prestação do serviço, a relevância da contratação e exigências de segurança da informação, que inviabilizam o uso da forma eletrônica. Esta é uma das especificidades da prestação dos serviços que fundamentam a necessidade do pregão presencial e que pode figurar no termo de referência.

Neste sentido é a posição doutrinária da Prof. Tatiana Camarão (UFMG), sobre o tema:

Não podemos perder de vista algumas dificuldades existentes nos Municípios no que diz respeito à plena utilização dos recursos da Internet, à adequação dos programas de computação e à

operacionalização do procedimento. Além disso, **vários outros motivos tornam a eleição do pregão eletrônico inconveniente**, se não, vejamos:

A) quando há necessidade de que os licitantes apresentem amostras;

B) quando a contratação demanda a análise de vários documentos que não constam do cadastro de fornecedores, o que implica em envio por meio de fax, descaracterizando a dinâmica do pregão eletrônico;

C) quando é importante que aquela contratação se faça num ambiente de maior disputa, que é melhor atingido com a emoção do pregão presencial, proporcionado pelo contato direto do pregoeiro com os licitantes;

D) quando há nítida dificuldade para o exercício do direito de defesa e opacidade da tão falada transparência tendo em vista que os licitantes, por estarem em meio virtual, não têm acesso aos documentos remetidos pelo licitante vencedor, bem como têm enormes dificuldades de deslocamento para verificação da correção dos atos praticados pelos agentes da Administração no julgamento do certame.

(Disponível em: <https://professoratianacamaraο.jusbrasil.com.br/artigos/417267325/alguns-apontamentos-sobre-pregao-presencial-e-eletronico>. Acesso em: 13/05/2023).

Como dito, o pregão eletrônico pode ser eficaz para contratar outros objetos, **mas em se tratando de publicidade legal, é alta incidência de licitantes que indicam jornais inadequados, não se comprometem com as condições de habilitação, não sustentam suas propostas e, em muitos casos, deixam de honrar com os compromissos financeiros assumidos em nome de determinado órgão da Administração Pública, junto aos jornais, o que culmina em grave mácula ao bom nome do órgão público contratante.**

A opção pela modalidade presencial é de livre escolha do órgão licitante, conforme disposto na Lei nº 10.520/02, principalmente pelo fato de o pregão presencial não produzir alteração no resultado final do certame, muito pelo contrário, confere maior redução de preços em vista da interação do pregoeiro com os licitantes.

Neste sentido já decidiu o Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, *verbis*:

[...] Observados os limites legais, **A ESCOLHA DA MELHOR FORMA DE CONTRATAÇÃO CABE À ADMINISTRAÇÃO, USANDO CRITÉRIOS DE CONVENIÊNCIA E OPORTUNIDADE, RESGUARDANDO-SE A ISONOMIA ENTRE OS LICITANTES, A VANTAGEM PARA A ADMINISTRAÇÃO** e a sustentabilidade como preservação do meio ambiente, nos termos do art. 225 da Constituição Republicana e do art. 3º da Lei de Licitações e Contratos. [*omissis*...]

(TCE/MG. Denúncia n. 862.748, Rel. Cons. Wanderley Ávila, Sessão de 1 de junho de 2017)

Dada a especificidade do objeto da licitação (publicidade legal), que – como dito - requer cautelas específicas em relação aos procedimentos, como a apresentação de documentação na hora e negociação de preço imediata associadas à certeza de que o representante ou procurador da licitante detém profundo conhecimento dos serviços.

A presença física dos concorrentes, pregoeiro e equipe de apoio dará certeza e segurança jurídica quanto a sustentabilidade da oferta do vencedor e sua capacidade técnica para executar o serviço, some-se a isto, o fato de que a presença física do pregoeiro lhe garantirá controle absoluto da sessão, em busca da melhor proposta em prol desta Municipalidade.

Neste sentido, vale citar:

Some-se o fato de que **o pregão eletrônico impede que o pregoeiro (agente que conduz o certame) tenha controle absoluto da sessão, ao passo que no pregão presencial os diálogos são diretos e objetivos com os concorrentes, em busca da melhor proposta em prol da Administração.**

O posicionamento, aqui defendido, não é de franca oposição ao pregão eletrônico, longe disso, mas ressaltar que a compra com dinheiro público deve ser realizada em estrita observância aos mandamentos legais aplicáveis a cada órgão da Administração e, mostrando-se inviável ou ilegal o uso do pregão na forma eletrônica, **é plenamente legítima a opção pelo bom e velho pregão presencial.**¹

Dito isto, em favor de maior celeridade e transparência, mormente em relação aos veículos de comunicação, melhor que seja acolhida a presente impugnação para alterar a forma do pregão, passando para **PRESENCIAL**.

2.3 DO USO IRREGULAR DO SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇOS

- QUANTITATIVO DEFINIDO – SERVIÇO DE NATUREZA CONTINUADA (TCE/MG)

Ao compulsar o edital verificou-se, logo de início, que foi violada a regra de contratação, vez que **o sistema de registro de preços não é adequado para contratar os serviços continuados de publicações** de matérias e atos oficiais. Explica-se brevemente:

-
- ¹ **SILVA**, Bruno Camargo. Pregão Eletrônico x Pregão Presencial. **Diário do Comércio**, Belo Horizonte, 11 de março de 2022. Disponível em: <
<https://diariodocomercio.com.br/opiniaopregao-eletronico-x-pregao-presencial/>> Acesso em: 06/04/2022.

O que justifica a contratação pelo SRP é a incerteza acerca da contratação, situação que não ocorre no presente certame, **embora o quantitativo estimado esteja demasiadamente baixo.**

O objeto do presente certame é a prestação de serviços de publicidade legal, portanto, natureza continuada, nos termos do art. 57, II, da lei n. 8.666/93.

Importante ressaltar o fato de que o TRIBUNAL DE CONTAS DE MINAS GERAIS (TCE-MG), em decisão de caráter normativo, considerou que os serviços de publicidade de atos oficiais são ESSENCIAIS ao bom funcionamento da administração, veja:

EMENTA: CONSULTA – CÂMARA MUNICIPAL – 1) **CONTRATO DE PUBLICIDADE DE ATOS OFICIAIS – SERVIÇO DE NATUREZA CONTINUADA – NECESSIDADE PÚBLICA PERMANENTE – VIGÊNCIA CONTRATUAL NOS TERMOS DO INCISO II DO ART. 57 DA LEI N. 8.666/93 – 2) CONTRATO DE PUBLICIDADE COM AGÊNCIA DE PROPAGANDA – NÃO ENQUADRAMENTO COMO SERVIÇO DE NATUREZA CONTINUADA – VIGÊNCIA CONTRATUAL NOS TERMOS DO CAPUT DO ART. 57 DA LEI N. 8.666/93 – 3) NEM TODO SERVIÇO CONTÍNUO É, NECESSARIAMENTE, ESSENCIAL.**

1) Os serviços de publicidade de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como, leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos, podem ser incluídos no rol dos serviços de natureza contínua.

2) Os contratos de publicidade institucional de programas, obras, serviços e campanhas de orientação social ou de caráter

informativo com agências de publicidade não são contratos que possam ser considerados de natureza contínua, devendo observância à regra prescrita pelo caput do art. 57 da Lei n. 8.666/93.

3) Nem todo serviço contínuo, de que trata a Lei n. 8.666/93, é, necessariamente, essencial. (TCE/MG. Processo n. 839016, Rel. Wanderley Ávila, Sessão 25/06/2014).

E, em agosto de 2019, o TCE/MG ampliou seu entendimento e afirmou que todos “... contratos de publicidade do poder público municipal podem ser considerados serviços de atos contínuos. Ou seja, sem necessidade de realizar licitação ao final do contrato firmado entre o ente público e a empresa prestadora do serviço.”² (Consulta - Processo nº1.007.553³, formulada pelo prefeito de Paracatu, Olavo Remigio Condé).

Vale lembrar que as decisões acima referenciadas têm origem em “consultas” e quando respondidas pelo TCE-MG **possuem caráter normativo**, de sorte que as respostas foram disponibilizadas pelo “Diário Oficial de Contas” e pelo portal do TCE (www.tce.mg.gov.br) na *internet*.

Assim, **sendo um serviço de natureza continuada NÃO PODE SER CONTRATADO PELO SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇOS**, conforme determina a cartilha da Controladoria-Geral da União (CGU):

17. Pode haver contratação de serviços do tipo continuado por meio de SRP?

Não, tendo em vista que as contratações de serviços continuados envolvem a necessidade de planejamento e elaboração prévia

²² Trecho da matéria veiculada no jornal O TEMPO em: 16/08/2019. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/tce-mg-considera-publicidade-como-servico-a-ser-continuado-1.2222958> Acesso em: 26/12/2019.

³ Disponível em: <https://www.tce.mg.gov.br/noticia/Detalhe/1111623902>. Acesso em: 26/12/2019.

obrigatória de projeto básico/termo de referência para a contratação daqueles serviços. Assim, **considerando que se os serviços continuados já são certos e determinados, não poderia a sistemática do SRP ser utilizada para a contratação.**

(Revista TCE/MG Out/Nov/Dez 2014, p. 180)

O procedimento de licitações que tem por objeto a contratação dos necessários serviços de publicidade deve se dar sob o prisma da preservação da continuidade de serviços públicos, portanto, **é impossível submeter o presente certame a um regime que se caracteriza pela eventualidade.**

A regra prevista na legislação tem como certa (e não eventual) a contratação dos serviços de publicações de matérias legais e atos oficiais emanados do Poder Público, por força do princípio da publicidade.

Desta feita, sempre que a Administração necessitar dos serviços de publicação deve logo proceder a sua contratação, que se dará por um tempo certo, podendo, ainda, ser prorrogado. Neste sentido já decidiu o TCE/MG:

“Outro aspecto a ser considerado no presente estudo é a natureza continuada do serviço de transporte escolar, objeto do Pregão Presencial Registro de Preço n. 032/2014. Analisando-se as hipóteses de incidência do registro de preços, citadas alhures, **conclui-se que há incongruência entre os serviços de necessidade contínua e o sistema de registro de preços. [...]**”

(Revista TCE/MG Out/Nov/Dez 2014, p. 180, em anexo)

Ante as razões de direito aduzidas, espera a Impugnante que seja recebida, processada e julgada a presente impugnação que ao final deve ser integralmente acolhida, a fim de que seja sanada a irregularidade, ora apontada, e o Município de Camanducaia realize o certame sem a utilização do Sistema de Registro de Preços, vez que a adoção de tal sistema é inadequada para essa contratação.

3 DA MELHOR DEFINIÇÃO DO OBJETO

Por derradeiro, chama especial atenção a grave omissão do Edital que aponta a contratação de jornal de GRANDE CIRCULAÇÃO NO ESTADO DE MINAS GERAIS, mas sem especificar as características dos jornais que poderão ser indicados, deixando deveras subjetivo o julgamento das propostas.

Ora, se a intenção é ampliar a publicidade dos procedimentos de compra com dinheiro público, o Edital deve proibir a indicação de jornais de circulação limitada, sob pena de contrariar as justificativas apresentadas no próprio Edital.

Oportunamente, faz-se constar o posicionamento do Tribunal de Contas de Minas Gerais:

Neste sentido, como salientou o Relator, **o objetivo da ampla publicidade é divulgar o certame da forma mais abrangente possível, de forma que possa participar da licitação um bom número de interessados e, conseqüentemente, de propostas.** (TC 676.822 – Cons. Rel. Elmo Braz – Sessão do Tribunal Pleno de 27/09/06 – MG de 11/04/07, p. 34) (não há negrito no original).

Sabe-se que o princípio da ampla publicidade é de forte aplicação no âmbito da Administração Pública, de sorte que a Constituição Federal o traz em seu bojo, sendo este um como forte indicativo de que a publicação dos atos de interesse dos cidadãos deve ter o maior alcance possível, mormente a comunicação dos atos relacionados ao procedimento de compra com dinheiro público⁴.

⁴ Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência e, também, ao seguinte: [omissis...]

A preocupação com a ampla publicidade é tamanha que o Supremo Tribunal Federal (STF) foi acionado recentemente para se manifestar sobre o tema e ratificar o risco de nulidade e direcionamento dos processos licitatórios que não tiveram seus avisos devidamente publicados:

“A legislação que regulamenta a publicação dos atos oficiais precisa ser, ao máximo possível, minudente, detalhista e descritiva, até mesmo por buscar adequar a sistemática de publicação ao dinamismo da vida social.

[...]

No caso concreto, o regime jurídico de Licitações e Contratos (Lei 8.666/93) contempla a obrigatoriedade de publicação de atos oficiais em jornal de grande circulação desde sua publicação, em 1993 (art. 21). O mesmo se verifica em relação à Lei do Pregão (Lei 10.520/02) e à Lei do Regime Diferenciado de Contratações (Lei 12.462/11), no que atine especificamente à obrigatoriedade de publicação de atos oficiais em jornais de grande circulação.” (STF. ADI n. 6229, Rel. Min. Gilmar Mendes, **publicado em: 22.10.2019**). (há negrito no original).

Por tal razão o art. 21, da Lei Federal 8.666/93, exige que as matérias sejam publicadas em jornais oficiais e de **Grande CIRCULAÇÃO no Estado** de Minas Gerais.

O órgão licitante não tem a faculdade de escolher entre um OU outro veículo, DEVE publicar em diários oficiais, jornais de grande circulação e em jornal local ou regional. Este é o comando imperativo do dispositivo acima mencionado.

Todavia, deve definir o que será considerado jornal de grande circulação no Estado, através da circulação/tiragem mínima, comercialização dos exemplares (vendas avulsas e assinaturas) e disponibilização do mesmo conteúdo impresso na *internet*.

Eis a necessidade de alterar o Edital para indicar critérios objetivos para contratação dos jornais de grande circulação no Estado de Minas Gerais e de circulação no local ou regional. Lembrando que são itens que devem ser contratados separadamente a teor do inciso III do art. 21; art. 15, IV e art. 23, §1º, todos da Lei n. 8.666/93.

3.1 JORNAL DE GRANDE CIRCULAÇÃO

Se valendo de sua vasta experiência no ramo da publicidade legal, a impugnante com o fito de auxiliar a formular a nova especificação do objeto, traz à baila o significado de jornal de grande circulação de forma clara e objetiva.

É ponto pacífico que a grande maioria das licitações que possuem o mesmo objeto do presente certame exigem comprovações acerca da CIRCULAÇÃO e da comercialização de assinaturas (impressa e eletrônica), abrindo a concorrência entre os periódicos e, sem qualquer prejuízo a publicidade pretendida e exigida nos ditames legais.

Vejam o que diz o art. 21, III, da Lei nº 8.666/93:

Art. 21. Os avisos contendo os resumos dos editais das concorrências, das tomadas de preços, dos concursos e dos leilões, embora realizados no local da repartição interessada, deverão ser publicados com antecedência, no mínimo, por uma vez:

[...]

III - em jornal diário de GRANDE CIRCULAÇÃO NO ESTADO e também, se houver, em jornal de circulação no Município ou na região onde será realizada a obra, prestado o serviço, fornecido, alienado ou alugado o bem, podendo ainda a Administração, conforme o vulto da licitação, utilizar-se de outros meios de divulgação para ampliar a área de competição. (não há destaques no original)

A falta de definição clara e objetiva, deixa margem a apresentação de todo tipo de jornais, inclusive, de veículos de comunicação com características sensacionalistas e de restrita circulação, pois são **veículos editados fora do Estado de Minas Gerais, que NÃO CIRCULAM através da comercialização de assinaturas, vendas em bancas das cidades do interior** e da disponibilização na rede mundial de computadores (*internet*).

Como dito alhures, o jornal DE GRANDE CIRCULAÇÃO, exigido no art. 21, III, da Lei nº 8.666/93, deve ser acessível a todos e ser um veículo facilmente encontrado e bastante consumido no Estado, uma vez que a publicidade dos procedimentos de compra pela Administração Pública almeja angariar um maior número de licitantes.

A doutrina especializada – disponibilizada pela ANJ (Associação Nacional de Jornais) - considera como jornal de grande circulação **AQUELE QUE COMERCIALIZA ASSINATURAS:**

Jornal de grande circulação **É O QUE TEM SERVIÇO DE ASSINATURAS** e é vendido nas bancas do município em que é editado ou distribuído. Não prevalece, portanto, para caracterizar a grande circulação, qualquer critério quantitativo, **mas sim distributivo**. (Modesto Carvalhosa, Comentários à Lei de Sociedades Anônimas, vol. 4, tomo II, São Paulo: Saraiva, 2003, p. 521.)

Ademais, os arts. 3º, inciso III e 7º, inciso VI, da Lei nº 12.527/2011 (Lei Geral de Acesso à Informação), dizem que é dever da Administração Pública facilitar o acesso à informação relativa à licitação através da *internet*. A referida norma orienta no sentido de que a informação solicitada deve ser viabilizada através dos recursos eletrônicos, pela tecnologia da informação (*internet*).

Frise-se: nos termos da legislação acima, a informação deve ser facilitada pela *internet* e NUNCA ser divulgada EXCLUSIVAMENTE pela rede de computadores. Uma vez que, ao publicar somente em mídia digital, a Administração Pública exclui cidadãos e pequenos empresários que não possuem acesso ou não sabem acessar a internet.

Portanto, faz-se necessário esclarecer que não basta ser de grande circulação no Estado, **o jornal a ser contratado para veicular as matérias legais deve:**

1 SER EDITADO E IMPRESSO EM MINAS GERAIS;

2 ter CIRCULAÇÃO/TIRAGEM mínima de 7.000 (sete mil) exemplares
(TCE-MG. Processo 1031596 – Denúncia. Rel. Cons. Gilberto Diniz. Deliberado em 29/11/2022. Publicado no DOC em 15/12/2022);

3 ser acessível por todos os meios disponíveis no mercado (venda em bancas, comercialização de assinatura própria em formatos impresso e digital).

Muito recentemente o Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais (TCE-MG) considerou válida a exigência de certificado do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) OU POR OUTRO ÓRGÃO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO, a saber:

[...] **A exigência de apresentação de “certidão emitida pelo IVC (Instituto Verificador de Comunicação) ou por outro órgão verificador de circulação, que comprove a circulação diária mínima de 7.000 exemplares (de segunda a domingo) do jornal ofertado”, encontra amparo na necessidade de se demonstrar que o jornal em que seriam feitas as futuras publicações se amolda ao conceito de “jornal diário de grande circulação”. [...]** (TCE-MG. Processo 1031596 – Denúncia. Rel. Cons. Gilberto Diniz. Deliberado em 29/11/2022. Publicado no DOC em 15/12/2022)

4 DA MELHOR SELEÇÃO DE FUTUROS CONTRATADOS

Como dito alhures, a W&M PUBLICIDADE tem quase 30 anos de mercado, é especializada em publicidade legal e tem vínculo com renomados órgãos da Administração Pública, incluindo a Presidência da República, Casa Civil. Portanto, é uma das primícias básicas da W&M atuar com foco na legalidade, de sorte que **TODOS os seus pleitos são baseados na legislação vigente** e nas mais recentes decisões judiciais e das cortes de contas do Brasil.

Desta feita, com fulcro na lei de licitações, a impugnante apresenta pontos relevantes para melhor seleção dos futuros contratados, a partir da alteração do critério de julgamento das propostas, a saber:

4.1 DO JULGAMENTO POR MENOR PREÇO GLOBAL

Superados os debates acima, necessária se faz necessária a alteração do critério de julgamento para: “MENOR PREÇO GLOBAL”.

Tal pedido se justifica, pois, quaisquer licitantes que tenha interesse em participar do presente certame, deve possuir capacidade de veicular matérias em ambos os jornais indicados, ou seja, um concorrente que realiza publicações no Diário Oficial da União também deve ter condições técnicas de realizar publicações em jornal de grande circulação no Estado de Minas Gerais.

Como o custo do centímetro por coluna é variável, o aumento do quantitativo contratado, através da junção de todos os itens, resultará na diluição do custo de publicação, resultando em um custo médio menor por centímetro.

Ao analisar uma denúncia contrária ao julgamento global de proposta que contemplava a junção 3 (três) tipos de jornais, o TCE-MG foi enfático ao afirmar: “***É regular a situação em que a Administração demonstra a necessidade e a***

vantajosidade da realização da licitação em “lote único”.” (TCE/MG. Processo n. 1031596 - <https://www.tce.mg.gov.br/noticia/Detalhe/1111626096>)

A união dos itens em um único lote vai resguardar a economia de escala, ou seja, esta Municipalidade licitará uma maior quantidade de itens, o que atrairá mais licitantes e, provavelmente, reduzirá o preço final. Ora, quanto maior a quantidade do bem licitado, menor poderá ser o seu custo.

As agências de demais empresas jornalísticas licitantes ganharão poder de barganha junto aos veículos de comunicação.

A alteração do critério de julgamento para “menor preço global” deve ser preferencialmente adotado em licitações cujo objeto se apresente de forma mais simples, sem maiores complexidades técnicas, e que permitam um julgamento igualitário entre as propostas, exatamente como é o caso do presente certame.

Além do mais, o julgamento pelo menor preço global atende perfeitamente o princípio da economicidade, visto que **se justifica pela necessidade técnica da compra em conjunto, dada a compatibilidade de serviços (publicidade legal em jornais).**

Outro ponto importante é a concentração de todos os materiais em um único fornecedor, o que impedirá conluio entre outros licitantes desleais, bem como a eventual combinação de resultados.

Neste sentido, é a decisão do Tribunal de Contas da União (TCU):

O agrupamento em lotes previsto no art. 5º do Decreto 3.931/2001 somente pode abranger itens de natureza semelhante; (TCU. Acórdão 2.401/2006. Plenário.)

Destarte, há de ser acolhida a presente impugnação, também no tocante à alteração do critério de julgamento para: “MENOR PREÇO GLOBAL”, ante as razões de direito aduzidas.

5 DOS PEDIDOS

Diante de todo exposto, pede-se:

- 1** - Pela **ANULAÇÃO** do certame e deflagrado novo processo na modalidade PREGÃO, na forma PRESENCIAL, uma vez que o Decreto Federal não pode ser utilizado com norma regente, nos termos dos precedentes do TCE/MG;
- 2** **Que o novo processo licitatório seja realizado sem o uso do Sistema de Registro de Preços**, porquanto não é aplicável em contratações de serviços de natureza continuada, conforme orientam os órgãos de fiscalização mencionados;
- 3** Seja suspenso o certame e ordenada nova abertura, para **melhor definição do objeto relativo ao Jornal de Grande Circulação, pois**, de acordo com a doutrina e jurisprudência colacionada, o jornal de grande circulação deve: **ter edição, impressão e ampla circulação no Estado de Minas Gerais; tiragem e circulação de 7.000 exemplares e comercializar exemplares avulsos e assinaturas em formato impresso e digital;**
- 4** seja modificado o critério de julgamento a partir da junção dos itens 1 a 3, **PASSANDO O JULGAMENTO A SER POR “MENOR PREÇO GLOBAL”**, de forma a atender o princípio da economicidade, garantindo, assim, o caráter competitivo do certame e a busca pela proposta mais vantajosa, tendo por base a economia de escala.

Nesses termos, pede deferimento.

Belo Horizonte, 7 de agosto de 2023



W&M PUBLICIDADE LTDA.-EPP

Mirna Martins de Carvalho – Sócia Administradora

Sócia – Administradora

CPF: 955.318.076-00

JORNALISTA - DRT nº 19.832/MG

Rafaela Pereira Leite

OAB/SP 372.376

Evely Catarine da Silva Santos

OAB/DF 57.166