

Prezados

Independentemente de todas as questões pontuadas pelo ofício do Sinapro-SC, respondidos por meio do parecer 214/2019 da Procuradoria Jurídica, existe um tema de extrema importância a ser considerado e revisado no presente edital - ainda que dependa de alterações junto ao TAC mencionado - pois vislumbra-se risco concreto de esvaziamento da presente licitação.

O item 3.2.3. do parecer traça argumentos ao “Limite de pagamento que a agência realiza em razão do serviço de produção e execução técnica de terceiros”, ora discorrendo sobre o percentual à ela devido, ora sobre a realização da produção em si.

Embora o tema - de fato - possa ser considerado polêmico, entenda-se de maneira concreta que tal celeuma se crie apenas sobre o percentual ou não devido à agência.

**Não se pode confundir dois temas absurdamente distintos no segmento publicitário: criação e produção.**

O TAC e o parecer são falhos ao afirmar que criação e produção são correlatos.

O parecer afirma que “...nada impede da agência produzir, ela mesma, o conteúdo.” Inúmeras são as limitações, que vão desde à constituição jurídica da empresa, até equipamentos e - não por menos - carência de informações complementares ao edital para que se formule tal tabela de preço.

Para ilustrar a situação da maneira mais clara possível, tomamos por exemplo o item 43 do Anexo VI, que justamente aborda a referida Tabela Referencial de Preços da Câmara Municipal de Blumenau:

43 - Mala-direta – por página  
R\$1.950,88

A apresentação do item condiz com elementos de criação (quantidade de páginas desenvolvidas). A partir do momento que se busca saber o valor de produção, carecem informações técnicas indispensáveis e mínimas para tal, como por exemplo:

- Formato do material
- Papel a ser utilizado
- Quantidade de cores
- Quantidade de dobras
- Tiragem

Fica claro, assim, que não se pode estabelecer um valor em tabela haja visto que faltam elementos básicos para definição de um orçamento. Essa questão se reproduz em uma série de itens da tabela em questão.

Mais uma vez, reforça-se: o papel de produção (impressão) da Mala Direta fruto deste exemplo é da Indústria Gráfica e não da Agência de Publicidade. Sendo assim, é descabido o argumento de “a agência produzir, ela mesma, o conteúdo.”

Impor limites financeiros à essas produções enseja uma responsabilidade que a eventual agência contratada jamais poderia cumprir.

Fica evidente que tal manifestação, infelizmente, reforça o caráter pouco técnico da redação ofertada ao Termo de Ajustamento de Conduta 0002/2018/14PJ/BLU.

Esta licitante já apresentou questionamento sobre o tema em 17/07/2019, item “OBSERVAÇÃO”, ainda sem resposta.

Ciente de que o edital estabelece o prazo de 5 (cinco) dias úteis anteriores à apresentação das propostas para resposta (o que impõe este limite em 1 de agosto), sugere-se especial atenção e agilidade à essa questão de extrema importância que, no entendimento dessa licitante, deveria ensejar, inclusive, atualização na data de apresentação das propostas.

Att