



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

PARECER N.º 247-A/2019

1. IDENTIFICAÇÃO

De: Rodrigo Reis Pastore - Procurador
Para: Presidência da Câmara Municipal
Objeto: Consulta sobre processo licitatório

2. SÍNTESE DOS FATOS:

Trata-se de parecer elaborado para responder solicitação de análise jurídica, formulada pela Presidente da Comissão de Licitação, acerca dos recursos apresentados no Processo de Licitação n. 01/2019.

Para compreender as indagações e estabelecer as bases para uma análise jurídica é essencial apresentar uma cronologia dos fatos e a síntese da matéria recursal em debate.

Assim sendo, em **23/08/2019** foi realizada a sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas. Foram apuradas as notas dadas às licitantes, formulando um rol de classificação assim composto:¹

¹ Fl. 1.194.



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

Licitante	II
Propaga	100,00%
Pisc	20,00%
Tempora	87,17%
Estudo	35,11%
Técnicas	83,89%
Terra	20,00%
Black Flag	30,83%
Taxa	33,33%

Posteriormente, a Comissão de Licitação agiu *ex officio* questionando se os membros da subcomissão técnica cumpriram as exigências previstas nos Itens 10.5 e 10.8 das Cláusula 10º do edital², o que foi respondido de modo positivo³.

A publicação do resultado ocorreu no Diário Oficial do dia **28/08/2019**⁴.

Em **28/08/2019** a licitante **TIRIVA** encaminhou pedido de esclarecimentos acerca da composição da subcomissão técnica, o que foi respondido no mesmo dia⁵.

² Fl. 1198 e seguintes.

³ Fls. 1.201 a 1.204

⁴ Fl. 1205

⁵ Fl. 1.206

2



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

3. DO DIREITO

3.1. COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E RECURSAIS

Verificando-se os autos percebe-se que ocorreram inúmeros recursos que trataram, isolada ou conjuntamente, de questões predominantemente técnicas e questões predominantemente jurídicas. Evidentemente, falece a este órgão competência técnica ou legal para se manifestar sobre a essência de alguns atos de publicidade - sendo que a resposta nesse caso se baseia nos subsídios teóricos apresentados pela Subcomissão Técnica.

Por fim, considerando a multiplicidade de recursos, cada um deles será analisado em um parecer específico de modo a se evitar o tumulto na apresentação de informações.

**3.1.1. DO RECURSO DA LICITANTE FREE EICHERT
COMUNICAÇÃO LTDA.**

Em 29/08/2019 a licitante **FREE REICHERT
COMUNICAÇÃO LTDA.** apresentou recurso administrativo⁶, conforme o que se segue.

**3.1.1.1. DO RECURSO DA LICITANTE FREE
EICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. EM RELAÇÃO À
PROPOSTA DA LICITANTE PROPAGA COMUNICAÇÃO
LTDA.**

Questionou os seguintes pontos:

⁶ Fl. 1.211 e seguintes



Que houve infração da Lei n. 8.562/18, porque são mencionadas 4 pessoas e apenas uma delas é negra, e isso permearia toda a estratégia da campanha da recorrida. Informa que esse erro não poderia ser sanado pela Comissão Permanente de Licitação porque se trata de vício que contraria a legislação vigente, conforme cláusula 21.1.1. Requer a desclassificação da proposta⁷.

Nas contrarrazões⁸, a licitante informou que a Lei não exige que todas as pessoas existentes em determinada campanha sejam negras, mas sim que esta parcela da população esteja de alguma forma inserida. E, ainda, que em 05 das 6 campanhas criadas há a representação da população negra.

A Lei Municipal n. 8.562/18 determina que:

Art. 1º. É obrigatória a inclusão da população negra nas campanhas publicitárias oficiais do Município de Blumenau.

Parágrafo único. Excetua-se da obrigação contida no caput deste artigo as campanhas publicitárias temáticas relativas a eventos determinada etnia, bem como aquelas que não apresentem imagens de pessoas.

Portanto, o que a Lei exige é a inclusão da população negra nas campanhas publicitárias oficiais do Município de Blumenau, mas não especificamente que cada um dos atos dessas campanhas contenham integrantes da população negra.



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

Como a própria recorrente reconhece que há a inclusão da população negra, ainda que limitada em quantidade e à algumas peças, ainda assim a exigência legal foi cumprida.

Sem razão a recorrente.

Que houve infração do Item n. 6.1.8.4. do edital porque na estratégia de mídia e não mídia a licitante apresenta textos de vários parágrafos, o que ofenderia a Cláusula 6.1.8.4. que informa que esses itens da proposta devem ser compostos de tabelas, planilhas e/ou gráficos. Referiu-se ao pedido de esclarecimento n. 4 que apoiaria essa tese. Requer a desclassificação da proponente⁹.

Nas contrarrazões¹⁰, a licitante informou que o Item 10.3., subquesito 4, admite o uso de textos.

Primeiramente, cite-se o que dispõe exatamente o edital.

6.1.8.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de tabela, planilha e/ou gráfico, em no máximo, 03 (três) páginas, observando o seguinte:

10.3. O Julgamento Técnico da PROPOSTA TÉCNICA (Envelope 01) - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada) obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico:

⁹ Fl. 1.212 e seguintes

¹⁰ Fl. 1.245 e seguintes



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

SUBQUESITO 4

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- **estratégia de Mídia:** proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do anunciante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, **sob a forma de textos**, tabelas, gráficos ou planilhas;

- **tática de mídia:** detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na programação dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, **sob a forma de textos**, tabelas, gráficos ou planilhas;

- **plano de mídia:** composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

- **simulação dos parâmetros de cobertura e frequência** previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), **sob a forma de textos**, tabelas, gráficos ou planilhas.

Como se vê, o Item 10.3, subquestito 4, ampara o uso de texto. Nesse sentido, este parecer entende que ainda que se entendesse que o pedido de esclarecimento n. 4 levasse a entendimento diverso (entendimento contrário à disposição expressa), o caso poderia ser o de reavaliar a proposta da recorrente, mas não de excluir a proposta que seguiu disposição literal do edital.



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

Mas nem isso pode ser alegado. Como se sabe, o processo foi marcado por uma miríade de pedidos de esclarecimentos. Em arremate a eles, a Presidente da Comissão de Licitação produziu *ex officio* o documento "roteiro para apresentação das propostas técnicas", no qual abordou de maneira sistemática todos os temas. Ali foi mencionado que:

Todo o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (quesito 1), integrado pelos 4 subquesitos (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverá ser apresentado **SEM LINHAS EM BRANCO, inclusive entre um subquesito e outro**. Também a apresentação da tabela, planilha e/ou gráfico referente a Estratégia de Mídia e Não Mídia (subquesito 4) deverá ser apresentada imediatamente após a exposição da Ideia Criativa (subquesito 3), **SEM LINHAS EM BRANCO** entre estas.

Em resumo, o conteúdo deverá ser apresentado **NA FORMA DE TEXTO (sem nenhuma figura, arte, imagem)** exceto a Estratégia de Mídia e Não Mídia, que poderá ser apresentada em TABELA. Todavia não poderá haver **NENHUMA LINHA EM**

BRANCO, inclusive entre um subquesito e outro, como também ao final do texto do subquesito 3 (Ideia Criativa) que antecede a tabela (subquesito 4).

Ou seja, ali é o único local que poderiam ser utilizados outros elementos, mas não havia vedação expressa ao uso de texto. Tal é a interpretação conjugada das Cláusulas 6.1.8.4. e 10.3. E essa interpretação sistemática foi apresentada de maneira clara aos licitantes - posteriormente à apresentação de todos os pedidos de esclarecimento.

Que houve infração do Item n. 6.1.8.5. do edital porque na estratégia de mídia e não mídia, em sua página 9, a licitante propõe o uso da peça floordoor. Mas, segundo a licitante, o Item n. 6.1.8.5. do edital exige que as licitantes devem se restringir às peças constantes da tabela de preço da CMB - que não prevê esse instrumento de comunicação. O mesmo ocorreria com o uso de "cartaz"



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

Menciona ainda que a licitante utilizou a mídia busdoor. E, ainda que se entendesse que se tratava de backbus, previsto na tabela do edital, o problema seria a extrapolação de custos.

Nas contrarrazões¹¹, alegou-se "que não há menção alguma de que as licitantes estejam vinculadas estritamente às peças constantes na tabela de preços, mas sim na utilização obrigatória, como mero parâmetro, dos valores constantes da referida tabela, ou seja, os valores expressos no Anexo VI do edital são um referencial a ser observado pelos licitantes, o que não significa dizer que as licitantes devam se restringir às peças ali constantes na tabela própria elaborada pela CMB".

Além disso, a subcomissão julgou adequada as soluções encontradas. Mencionou o uso do *busdoor* e não do *backbus*, com preços compatíveis com os preços de mercado.

Por fim, que não se justificaria a proibição do uso da peça "cartaz", posto que esta tem baixo custo, elevado impacto e de amplo uso no mercado publicitário. Para ela foram utilizados os valores equivalentes ao *flyer*, peça similar.

Acerca do tema, citando o edital, cabe mencionar, primeiramente, que há pontos em que a desclassificação da proposta técnica está expressamente prevista. São eles.

¹¹ Fl. 1.247 e seguintes



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

6.1.8. É vedada a oposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei 12.232/10.

6.1.9. É vedada a oposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º da Lei 12.232/10, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º da Lei 12.232/10.

6.1.10. Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos itens 6.1.8 e 6.1.9 e demais disposições do presente instrumento convocatório.

6.1.8.9. Será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial definida no item 12 do Briefing (Anexo I).

E isso não ocorre à toa. As hipóteses destacadas nos itens acima dizem respeito à situações em que há violação do princípio da impessoalidade, quer porque ocorra efetiva identificação do licitante, quer porque se atribua a ele vantagem invencível (e.g. poder oferecer uma campanha simulada, na perspectiva da proposta de preços, que seja mais rica que a de seus oponentes).

Questão mais controversa, não se nega, é a aplicação conjunta da mesma cláusula 6.1.8.9. com a Cláusula 6.1.8.5. Esta última cláusula determina que:

6.1.8.5. As concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços da CMB, constante



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

no Anexo VI do Edital, tomando-se como referência, o preço mediano;

Para o exame dessa cláusula cumpre recordar um ponto. Neste tipo de licitação há uma proposta técnica e uma proposta de preço. A proposta técnica é uma campanha destinada a aferir o potencial da licitante, mas não significa dizer que tal campanha será efetivamente aplicada - pois se assim não o fosse, estaria sendo exigido da licitante que entregasse o resultado de seu trabalho antes mesmo de ser contratada. Assim, sua admissibilidade enquanto proposta não significa que será, necessariamente, aplicada - pois tal é o regime estabelecido pela Lei n.º 12.232/10.

Tudo isso é fundamento para a tese de que pequenas incorreções na proposta técnica são antes um problema de relacionados à disputa entre licitantes do que um problema de ofensa direta ao interesse público no contrato futuro. Ou seja, se não há obrigação de ser essa a campanha aplicada e se ela não vincula os atos publicitários futuros da Administração, está-se diante de um problema interno da licitação e não necessariamente de um vício do contrato futuro - mormente quando as divergências ocorrem em passagens mínimas.

Outro aspecto que merece destaque é o fato de que a Presidente da Comissão de Licitação, após a interposição de recursos, ter realizado diligência junto à Subcomissão Técnica¹². E a resposta técnica foi que as peças impugnadas não constam da tabela CMB, mas são elementos usuais para uma campanha publicitária. E, ainda, destacou

¹² Fls. 1.273 a 1.278



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria - Geral

que o julgamento da Subcomissão seguiu os padrões da Cláusula 10.3. do edital, pelo qual:

10.3. O Julgamento Técnico da PROPOSTA TÉCNICA (Envelope 01) - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada) obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico:

QUESITOS E SUBQUESITOS	
CONTEÚDOS A SEREM APRESENTADOS PELAS LICITANTES	ATRIBUTOS A SEREM CONSIDERADOS NO JULGAMENTO
QUESITO 1	
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
SUBQUESTO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação: Até 20% da pontuação máxima
Apresentação em que a licitante descreverá: - análise das características e especificidades do anunciante e do seu papel no contexto no qual se insere; - diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing	- a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do anunciante e do contexto de sua atuação; - a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; - a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo anunciante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.
SUBQUESTO 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Pontuação: Até 20% da pontuação máxima
Apresentação e defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no briefing, cotemplando: - explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; - proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.	- a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; - a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; - as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos; - a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta; - a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

	comunicação estabelecidos no briefing : - a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
SUBQUESITO 3 IDEIA CRIATIVA	Pontuação: Até 20% da pontuação máxima
Apresentação da proposta de campanha publicitária desenvolvida com base no briefing , contemplando os seguintes conteúdos: - relação e descrição de todas as peças que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ; - exemplos de peças publicitárias, da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no edital.	- o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária; - a pertinência da solução criativa com a natureza do anunciante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ; - a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; - a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam; - a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; - a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; - a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento
SUBQUESITO 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Pontuação: Até 20% da pontuação máxima
Apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando: - estratégia de Mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do anunciante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas; - tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na programação dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos,	- a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

<p>dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;</p> <p>- plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;</p> <p>- simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.</p>	<p>referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing:</p> <ul style="list-style-type: none">- a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia.- a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;- a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do anunciante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;- o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.
---	---

10.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		<i>somatório da pontuação dos subquesitos</i>
subquesitos	I. Raciocínio Básico	20%
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20%
	III. Ideia Criativa	20%
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	20%
2. Capacidade de Atendimento	7%	
3. Repertório	7%	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	6%	
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

Sobre esse critério objetivo de julgamento, é de se considerar que a licitante recorrida **não** obteve a nota máxima no Item 1, Subquesito IV, fazendo crer que realmente suas deficiências nesse ponto foram sim aquilatadas pela subcomissão técnica.

Desse modo, quer porque inexista cláusula expressa prevendo a desclassificação da proposta técnica na hipótese aventada no recurso – tanto na Cláusula 10.3. quanto e em qualquer outra, quer porque a resposta técnica da Subcomissão é no sentido de manter as notas¹³, opina-se pelo

¹³ (“Por fim, reiteramos toda a pontuação atribuída aos licitantes quando do julgamento das propostas técnicas em 20/08/2019”) fl. 1.278



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

indeferimento do recurso, sendo a eventual divergência de itens contemplada pela Cláusula 22.1.1.¹⁴

Que houve infração do Item n. 6.1.8.6. porque o edital determinaria que as propostas de mídia deveriam ter seus preços todos baseados no valor tabela dos veículos (sem descontos). No entanto, os valores da proposta, atribuídos às exibidoras vêmeis e bludoor, não seriam exatamente equivalentes aos cobrados por elas.

Nas contrarrazões¹⁵, quanto aos preços da exibidora "vêmeis", mencionou que seus preços correspondem à tabela da exibidora, juntando documentação, fl. 1.252. Quanto ao preço da exibidora "bludoor", a diferença decorre do fato que a exibidora mudou sua tabela no curso da licitação - tanto assim que outra licitante apresentou o mesmo preço.¹⁶

Acerca do tema, citando o edital:

6.1.8.6. As concorrentes deverão **obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços da CMB**, constante no Anexo VI do Edital, tomando-se como referência, o preço mediano;

Aqui o problema reside que o preço não é estabelecido na tabela CMB, mas na tabela dos veículos de

¹⁴ 22.1.1. A Comissão Permanente de Licitação, no interesse público, poderá sanar, relevar omissões ou erros puramente formais observadas na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometam a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a suplementar a instrução do processo.

¹⁵ Fl. 1.248 e seguintes

¹⁶ BLACK FLAG WEB PUBLICIDADE LTDA.

14



comunicação "vêmals" e "busdoor". Quanto ao veículo "vêmals", a recorrente não junto prova da violação do direito, ou seja, a tabela aplicável.

Já quanto ao veículo "busdoor", a prova da violação do direito também não foi juntada, mas a própria recorrida tratou de apontar que houve divergência. Contudo, alegou que isso seria decorrente do fato que a exibidora mudou sua tabela no curso da licitação - tanto assim que outra licitante apresentou o mesmo preço. Verificando-se a divergência de valores, percebe-se que o preço de tabela, segundo mera alegação da recorrente, era R\$ 730,00 e o preço cotado era de R\$ 695,00, uma diferença de 35 reais, por mês, por edital.

Em tal circunstância, há possibilidade de erros serem relevados? veja-se o que dispõe o edital:

22.1.1. A Comissão Permanente de Licitação, no interesse público, poderá sanar, relevar omissões ou erros puramente formais observadas na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometam a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a suplementar a instrução do processo.

No caso dos autos, é de salientar, primeiramente, que em nenhum local da petição da recorrida ou da recorrente há indicação que o preço de tabela seja exatamente os R\$ 730,00, nem tampouco se viu no edital a exigência de juntada do original dessa tabela fornecido pela exibidora. Ou seja, em princípio há ausência de prova de fato constitutivo do direito do recorrente - ao menos na parte sobre qual o valor real de exibição na "busdoor".

Por todo o exposto, analisado o recurso apresentado por FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA. optina-se no seguinte sentido em relação aos recursos interposto contra PROPAGA COMUNICAÇÃO LTDA.

4. CONCLUSÃO

Como não existiu um quesito específico para avaliar essa forma de veiculação, este parecer entende que é defensável, juridicamente, que a circunstância de acatar a tese da recorrida não afeta a lisura da licitação.

Recordando que o limite dessa campanha fictícia seria de R\$ 120.000,00¹⁷ e o valor final da recorrida ficou em R\$ 68.369,21. Ou seja, na prática a recorrida não obteve o direito de realizar uma campanha mais custosa do que o limite permitido.

Recordando que o limite dessa campanha fictícia seria de R\$ 120.000,00¹⁷ e o valor final da recorrida ficou em R\$ 68.369,21. Ou seja, na prática a recorrida não obteve o direito de realizar uma campanha mais custosa do que o limite permitido.

Outrossim, caso se admita a proposta com tal divergência, não se vê nisso violação direta da legislação, nem tampouco do edital (a tabela referencial de preços não trata de custos de veiculação nem tampouco exige a junta da tabela expedida pelos veículos de comunicação que seriam utilizados, sendo livre a forma deles serem cotados pelos licitantes). Por fim, é de se salientar que a proposta da recorrida, nos atuais termos, não viola o edital quanto ao conteúdo e ferramentas de exibição que podem ser utilizadas, mas meramente foi afetada em pequena escala por fatos de terceiros.





Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

- a. Não se verificou violação direta e literal da Lei Municipal n. 8.562, não se recomendando o acolhimento do recurso nesse ponto.
- b. Quanto à violação da Cláusula 6.1.8.4, o Item 10.3, subquesto 4, autoriza a inclusão de texto, devendo ser interpretado em consonância com as demais cláusulas do edital, não se recomendando o acolhimento do recurso nesse ponto.
- c. Quanto à violação da Cláusula 6.1.8.5., não há previsão expressa para que ela sirva como fato gerador da desclassificação da proposta técnica. Ademais, há informação da Subcomissão Técnica no sentido que foram observados os critérios de julgamento da Cláusula 10.3. e que ela (Subcomissão) mantém todos os critérios de avaliação apontados inicialmente. Assim, em razão do aspecto marcadamente técnico do tema e da resposta do órgão especializado, não se recomenda o acolhimento do recurso nesse ponto.
- d. Quanto à violação da Cláusula 6.1.8.6 não há prova de fato constitutivo do direito do recorrente, no que diz respeito à exibidora "vêmais". Já quanto à exibidora "busdoor", há confissão quanto à divergência de valores, mas não sobre o valor final da tabela. Contudo, não se verificou violação direta da lei. Além disso, a circunstância de ter sido utilizada uma ferramenta de comunicação prevista em edital - diferentemente da situação da violação da Cláusula 6.1.8.5, com pequena diferença de valor e cuja forma de apresentação era livre quanto ao referencial



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

adotado, e que o limite máximo da campanha foi mantido, torna defensável a aplicação do Item 22.1.1. do edital. Assim há fundamento jurídico para o não acolhimento do recurso.

É o parecer, salvo melhor juízo.

Blumenau, 14 de outubro de 2019


Rodrigo Reis Pastore

Procurador

OAB/SC 20.672



Câmara Municipal de Blumenau
Estado de Santa Catarina
Procuradoria-Geral

Em despacho:

Aprovo Parecer Jurídico n.º 247-A/2019, exarado pelo Procurador Rodrigo Reis Pastore, nos autos do Processo Licitatório n.º 01/2019.

À Pregoeira/Presidente da Comissão de Licitação para conhecimento da presente manifestação e tomada das demais providências cabíveis.

Blumenau, 14 de outubro de 2019

Dênio Alexandre Scottini.
Procurador-Geral