



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Protocolo - Câmara de Vereadores Gramado - RS
DE-074/2015
06/08/2015 13:52:02

ILMO. SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DA
CAMARA MUNICIPAL DE VERADORES DE GRAMADO/RS.

Ref. Procedimento licitatório – Tomada de Preços nº 01/2015.

Objeto: Contratação de agência de publicidade e propaganda.

R. 06/08/15
Ch. Cammão
licitações

PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, sociedade empresária de direito privado já qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, por seu procurador jurídico, bem como o seu representante legal que conjuntamente firma o presente petítório, vem, respeitosamente à presença de Vossas Senhorias, em face do julgamento e decisão colegiada proferida na fase de propostas técnica, a qual inseriu no rol das classificadas a proposta das empresas licitantes, **GRISÉ COMUNICAÇÃO LTDA - ME** e **STRASSBURGER CIA. LTDA**, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, o que faz com fulcro no artigo 109, I, "b" da Lei 8.666/93 c.c a Lei nº 12.232/2010 e consoante as razões de fato e fundamentos de direito que a seguir expõe a elevada apreciação desta colenda Comissão Julgadora.

Requer se digne esta Comissão Julgadora receber as razões recursais que se apresentam e, no caso de não ser reconsiderada a decisão recorrida, o encaminhamento à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

Termos em que pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 05 de agosto de 2015.


Mauro Alexandre Pizzolatto
Procurador - OAB/RS 45.264

Marcos Eizerik
Sócio-Diretor

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS – OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

PROCEDIMENTO LICITATÓRIO - TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2015

RAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO

RECORRENTE: PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

RECORRIDAS: GRISÉ COMUNICAÇÃO LTDA-ME e STRASSBURGER CIA LTDA.

DOUTA COMISSÃO

EMÉRITOS JULGADORES !

Absolutamente equivocado o julgamento "a quo" proferido, que CLASSIFICOU regularmente as propostas técnicas apresentadas pelas empresas licitantes, GRISÉ COMUNICAÇÃO e STRASSBURGER, uma vez que não atenderam de forma integral as regras editalícias condizentes ao modo de elaboração, bem como quanto ao conteúdo que obrigatoriamente deveria constar nas propostas técnicas.

Há um grave vício material, insanável, nas propostas técnicas apresentadas pelas duas empresas recorridas.

As propostas das recorridas não se revestem dos necessários elementos editalícios e legais para alcançar regular classificação, desatendendo o edital em ponto crítico e essencial, restando carregadas de vícios que geram o dever de inevitável desclassificação das licitantes, como ao cabo restará demonstrado, senão vejamos.

I - DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA.

1. Dos vícios materiais presentes na proposta técnica da licitante Grisé Comunicação Ltda - ME.

Completamente incompleta e em desacordo com o edital a proposta técnica apresentada pela recorrida.

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS - OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Primeiramente, verifica-se que a proponente deixou de cumprir a formatação de apresentação exigida pelo edital para o Plano de Comunicação Publicitário, conforme item 4.2.5 do edital, que consigna expressamente as especificações da formatação para o documento.

Note-se, com especial atenção, o que prescreve as alíneas “b” e “c” do referido item, abaixo transcrito:

4.2.5. O plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - deverá ser regido em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

a) em papel A4, branco;

b) com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, superior e inferior, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;

d) com textos justificados;

e) com espaçamento “simples” entre as linhas;

f) com texto em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos;

g) com numeração em todas as paginas, em algarismo arábicos, no canto inferior direito da página;

h) em caderno único;

i) capa e contracapa em papel A4 branco, sem identificação da licitante.

(grifo nosso)

O fato é que tal regra não foi respeitada, pois a proposta foi elaborada com erro nas margens, eis que apresentada com margem superior e inferior com 2cm, além de equivocado espaçamento entre as linhas subseqüentes.

A questão é que essa diferença de margem pode servir como elemento previamente “identificador” quanto a titularidade da proposta (não identificada), de forma a possibilitar à subcomissão técnica o conhecimento de a quem pertença.

E a questão da identificação da proposta não se limita apenas a questão do espaçamento de parágrafos. A identificação se faz claramente presente



PIZZOLATTO ADVOGADOS

pelo próprio teor da proposta de mídia, onde a recorrida potencialmente se identifica como sendo uma empresa de Gramado/RS:

*“Outro ponto importante dentro desse plano é posicionamento da agência de publicidade que entende a realidade da Câmara de Vereadores de Gramado, **da cidade em que está inserida** e dos valores envolvidos no processo de licitação, o que nos faz praticar um desconto de 70% sobre a tabela de referência do estado para tornar possível a criação dos materiais necessários para atingir os objetivos desta proposta de divulgar as atividades do legislativo, sua funções em todas e promover o interesse e a participação da comunidade tanto presencial quanto virtual.”*

(grifo nosso)

Com essa afirmação, fácil concluir, desde o início, que a agência de publicidade recorrida tem sua sede na cidade em que ocorre o certame.

Não há dúvidas, ao arrepio do que prescreve o edital e a Lei, que a subcomissão técnica, de plano, tomou conhecimento de que estava analisando a proposta técnica de uma empresa gramadense, motivo mais do que suficiente para a sua imediata desclassificação.

E a deficiência continua presente na “Estratégia de Comunicação” apresentada com a peça de “Raciocínio Básico”. Pela regra do edital, cada peça deveria ser apresentada de modo separado, com o limite máximo de duas páginas, o que não ocorre no caso da recorrida.

Sucessivamente, a inobservância das condições editalícias perdura em outros pontos, como na elaboração da “Ideia Criativa”, já que a proponente deixou de verificar as regras do item 4.2.4 do edital. Em sua peça se verifica a utilização da expressão “lorem ipsum” para exemplificar os locais para o conteúdo real do segmento publicitário a ser defendido.

Em sua peça se pode apenas verificar o uso de uma expressão em latim, o que afronta os critérios de julgamento da proposta técnica. O item 1.1.2 do Anexo IV do edital, em suas alíneas de “a” a “f”, cuida cautelosamente de explicar o que será pontuado na análise das peças, conforme segue:

“1.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitaria e Ideia Criativa - máximo de 15 (quinze pontos):

a) A adequação da ideia ao problema específico de comunicação - até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;

b) A originalidade da ideia- até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;



PIZZOLATTO ADVOGADOS

- c) Os segmentos de público alcançados pela ideia – até 2,5 (dois vírgula cinco) – pontos;
- d) A pertinência da ideia às atividades da Câmara de Vereadores – até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos
- e) A viabilidade das peças - até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;
- f) A compatibilidade de linguagem das peças aos meios propostos - até 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;"

Mesmo assim, apesar da peça estar totalmente desprovida de conteúdo, originalidade e sem compatibilidade de linguagem do órgão da Câmara, a proponente obteve nota 14,8 de um máximo de 15.

Ademais, a recorrida GRISÉ não respeita o *briefing* proposto pelo edital, pois em diversos pontos é omissa ao que foi exigido. No item 7 do anexo I, que dispõe: "1 layout para o anúncio institucional, jornal ½ página – jornal local)", a peça simplesmente não foi apresentada pela empresa.

E as contradições com o edital persistem: a exigência de "1 roteiro para anúncio em rádio", foi apresentada sem a devida pesquisa prévia para a propositura do plano, uma vez que é impossível de ser cumprida, pois a Rádio Sorriso de Gramado não possui um horário pré-determinado para veicular os spots, como foi afirmado, tendo as opções de horário determinado ou rotativo.

Após, no item oito, tem-se que o prazo para veiculação da campanha deverá ser calculada para o período de 12 meses, o que condiz com a contratação estipulada pelo edital.

Note-se que o edital se apresentou e entrelaçou dois prazos (de contratação e de veiculação da campanha) não por um mero acaso, mas com o intuito de que o cálculo fosse finalizado sobre o valor global. Dessa forma, não deverão ser considerados valores similares feitos sobre o período de 30 dias sem qualquer indicio do período de início e fim da campanha, como os que a recorrida apresentou.

Ⓜ No tópico oito ainda foi mencionado que no valor total apresentado para o desenvolvimento, deverá ser discriminado o **valor cheio da tabela** sobre os veículos de divulgação, não cabendo nessa fase do certame os percentuais de desconto ofertados pela recorrida, e muito menos valores aproximados para a divulgação do plano publicitário. Trata-se de uma base cálculo rígida, conforme o valor de tabela usada para o cálculo do plano publicitário e os veículos de divulgação, não cabendo alterações.

E, novamente de forma equivocada, a recorrida apresentou valores diversos ao que dispõe esses quadros referenciais, pois há um percentual de desconto de 70% de desconto sobre os **VDS**. Na fase em que se encontra o certame, este tipo de consideração comercial nem deve ser mencionada na proposta

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS – OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

publicitária, cabendo a sua demonstração na proposta de preços, conforme preceitua a Tabela no Anexo II do Edital.

São insanáveis vícios materiais que anulam a proposta técnica por completo.

2. Dos vícios materiais apresentados na proposta técnica da licitante Strassburger Cia Ltda.

A recorrida Strassburger, a exemplo da Grisé, não observou as exigências e particularidades fundamentais para a apresentação do Plano que deveria conter no envelope com a proposta técnica – via não identificada.

A recorrida não respeitou o item 4.2.5 do edital, pois no seu plano publicitário os parágrafos não condizem com as medidas de 2cm superior e inferior, direita e esquerda, contida na letra “b” do item 4.2.5. Ainda na formatação do Plano de Comunicação, a sua apresentação não respeita a individualidade das peças.

Assim, é perfeitamente conclusivo que por não cumprir o disposto no item 4.2 e seus subitens, a recorrida restou identificada na fase da licitação em que não se pode diferenciar as proponentes, devendo apenas ser pontuado e analisado o seu Plano de Comunicação Publicitária. Esta falta grave acaba por comprometer todo o certame licitatório, pois afronta o dever de isonomia no julgamento.

No mesmo sentido, o *briefing* do Anexo I do edital, exige que o layout para anúncio institucional seja na medida de 21cm X 28cm, o que foi apresentado diversamente pela empresa recorrida, que mencionou as medidas de 26cm X 1,71 cm, formato que corresponde a ½ página. Por si só, tamanha afronta ao edital é causa suficiente para a desclassificação sumária da proposta.

Até o momento, ante tamanhas irregularidades apuradas nas propostas técnicas das recorridas, bastando mero passar de olhos sobre as mesmas para assim facilmente concluir, ainda não se entendeu o porque não forma sumariamente desclassificadas.

Ainda no Anexo I, tem-se a inobservância ao item 8 do edital, pois o cálculo utilizado não respeitou os valores mencionados nas tabelas referenciais para os veículos de divulgação, sendo utilizados os valores de desconto como margem para o valor final. Não foi também respeitado o período em que o plano deverá ocorrer, pois apesar de o edital preceituar por até 12 meses, foi utilizado para o cálculo a metade deste período !

A proposta apresenta, ainda, outros severos erros. Quanto aos valores realizados, menciona ciona em seu plano que *“apesar dos valores serem reais, é apenas de caráter sugestivo”*.

Ora, nessa fase do certame não cabe a análise dos descontos comerciais de cada proponente. O julgamento pelo preço equivalente aos materiais



PIZZOLATTO ADVOGADOS

publicitários e campanha defendida deverá estar condizente com as tabelas de preços oficiais dos veículos de divulgação, e o **seu preço total, bruto**.

Ademais, a recorrida omitiu-se quanto ao item 4.2.4, pois não apresentou as planilhas por quadro resumo das peças que serão veiculadas e distribuídas ocorrendo dessa forma mais um vício material na apresentação no envelope não identificado, tratando-se de falta insanável.

II – AINDA OS VÍCIOS NAS PROPOSTAS TÉCNICAS – segunda parte.

1. Das irregularidades na proposta da empresa Grissé Comunicação Ltda:

O item 4.4.1 do edital assim dispõe:

4.4.1 Capacidade de Atendimento - a licitante deverá apresentar:

a) Declarações ou Atestados fornecidos por, no mínimo, 2 (dois) clientes pessoas jurídicas de direito público ou privado, que tenham sido atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes, bem como o tipo de serviço executado, assinado pelo representante legal da empresa contratante (cliente);

b) Qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, o nome, a formatação e a experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) Descrição das informações de comunicação que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal e a estrutura de licitante, sem ônus adicional durante a execução do contrato descritas em, no máximo, 2 (duas) laudas."

Apesar de estar claro na letra "b" do item supra, a exigência para efeito de prova da qualificação dos profissionais que atuarão nos planos publicitários, a recorrida não mencionou quem será o responsável pela parte de mídia e produção gráfica, deixando também de apresentar a sua área de estudo e planejamento, criação, produção gráfica, mídia e atendimento.

Já na letra "c" do referido item, que menciona a descrição das informações colocadas a disposição da Câmara, a proponente não apresentou o que foi solicitado, em novo e contundente vício material insanável.

Por oportuno, ainda sobre referida empresa, cabe indagar se a responsável pela orçamentação e mídia – Sabrina Parmegiani, tem expertise para a tarefa designada, pois se trata de uma estudante de Direito, cuja natureza de atividade



PIZZOLATTO ADVOGADOS

é totalmente diversa do que preceitua o edital. Será que a elaboração de planos de mídia, perfil de público, conhecimento midiático, dentre tanto outros entendimentos específicos da área poderão ser confiados a profissionais de áreas diversas ?

Acredita-se que o edital, ao exigir os currículos, deverá analisar o conteúdo apresentados pelos proponentes, já que este irá refletir na qualidade do serviço realizado futuramente na contratação. Da mesma maneira, os interessados no certame devem ter conhecimento da mão de obra qualificada para suprir o objeto licitado, não devendo ser considerado para as pontuações profissionais de áreas diversas que não acrescentem o serviço contratado.

2. Ainda as irregularidades da empresa Strassburger Cia Ltda.

O item 4.4.3 do edital é claro:

4.4.3 Relatório de Solução de Problemas de Comunicação – deverá ser apresentado 1(um) case de um cliente da licitante relatando em , no **máximo 2(duas) laudas** a solução de comunicação encontrada acompanhada de até **duas peças ilustrativas.**

(grifamos)

De forma diversa ao item editalício a proponente extrapolou o limite de 2 peças ilustrativas, tendo em seu case, 08 (oito peças).

Por fim, a proponente novamente não respeitou o limite de peças interpostos pelo Edital, pois no item 4.42 que dispõe sobre o repertório apresentando apenas uma peça ilustrativa.

Os vícios materiais são insanáveis.

III - DO DIREITO:

O item 8.2.1 e seus subitens, assim preceituam como dever deste órgão julgador:

"8.2.1- c) conferir se os envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital;

8.2.2 O envelope nº 01 com via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitações, se não:

a) Estiver identificado



PIZZOLATTO ADVOGADOS

b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 02.

c) Estiver danificado ou deformado pela peça, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 02."

(grifo nosso)

No mesmo sentido, declara a Lei nº 12.232/2010 (trata sobre as normas gerais de licitação para a contratação de serviços de Publicidade e Propaganda), em seu art. 6º ora transcrito:

"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:

I os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;



PIZZOLATTO ADVOGADOS

VIII serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

IX o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII será vedada a aposição, 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 desta Lei;

XIII será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, 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 desta Lei;

XIV será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório."

(grifo nosso)

Reafirmamos assim que deverão ser desclassificadas as propostas que não respeitem o Briefing, bem como as exigências da forma de apresentação da via não identificada.

As omissões nas propostas técnicas identificadas e não identificadas são latentes e não podem ser vistas como mero vício formal, eis que não se trata apenas de defeito na forma de apresentação, mas de um defeito material, uma vez que estão ausentes no seu teor e conteúdo, todos os importantes compromissos



PIZZOLATTO ADVOGADOS

exigidos dos itens que tratam do Plano de Comunicação não identificado e identificado, bem como as condições do Briefing contidas no edital.

São muitas omissões materiais.

Classificar tais propostas com a elevada gama de omissões materiais, além de quebrar a isonomia no tratamento entre as empresas licitantes, o edital publicado e o próprio critério de julgamento estabelecido, é abrir mão desses compromissos, não podendo ser futuramente exigidos da empresa faltosa, caso seja contratada para a execução dos serviços.

O risco à Câmara de Vereadores/RS, nesse sentido, é latente.

O edital é perfeitamente claro e transparente ao manifestar que caberá a desclassificação, aos que apresentarem suas propostas em desacordo com os itens do edital, e ainda reforça que não poderão ser aceitas propostas que contenham caráter que possa identificar as proponentes no envelope de via não identificada, conforme o entendimento no item 8.2.2 letra "c".

Tais defeitos nas propostas das recorridas caracterizam verdadeiros vícios materiais insanáveis – **ERRO MATERIAL**, que não pode ser reparado.

Marçal Justin Filho em sua obra "Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 11ª Edição, Editora Dialética, pág. 60, comenta:

"Todas as exigências são o meio de verificar se o licitante cumpre os requisitos de idoneidade, se sua proposta é satisfatória e vantajosa.

(...)

Todo é qualquer defeito é suprível? A resposta é negativa.
Deve-se verificar se a Lei ou Edital estabeleceram determinada exigência, prevendo uma única e inquestionável alternativa para atendimento ao requisito sem qualquer margem de dúvida. Quando tal se passar, o defeito é impossível de ser sanado."

Nota-se que este órgão teve o cuidado de, cautelosamente, relacionar os moldes que deveria ter sido seguido pelas empresas licitantes nos envelopes identificados e não identificados do certame. Resta claro, portanto, que na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária das recorridas deveriam, constar expressamente o atendimento ao requerido pelo edital nos itens de 4.2 a 4.5, em especial o 4.2.5 e o item 7 e 8 do Briefing do Anexo I.

A apresentação de uma proposta publicitária numa licitação de tal porte, não pode ser feita como um ato meramente mecânico, num simples exercício

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS - OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

de "preenchimento de um formulário padrão" ou um procedimento de copia e cola de informações.

Espera-se de uma empresa licitante, sobretudo que pretende futuramente prestar serviços de publicidade e propaganda, onde assevera o necessário emprego do dever de observação, raciocínio, entendimento e entrega de criatividade, a mínima observação e leitura do edital e das regras licitatórias.

A omissão material das recorridas inviabiliza por completo a sua proposta de preços e o sucesso do certame.

Rosa Costa, em seu artigo "Desconformidade na Proposta", Boletim Zênite de Licitações e Contratos – Seção Doutrina 114/144/FEV/2006, faz um breve arrazoado nesse sentido, conforme segue:

*"Da mesma forma, falhas, omissões ou lacunas detectadas em propostas devem ser tratadas como irregularidades, **devendo a Administração decidir pela desclassificação da proposta caso os vícios apresentados afetem o perfeito entendimento quanto ao objeto ofertado e as condições essenciais exigidas na licitação,** principalmente quando representarem possibilidade de redução de custos da proposta, acarretando desequilíbrio na comparação das propostas, considerando que este procedimento ou conduta desnivela a disputa em relação aos demais participantes que apresentam propostas em estrita observância às exigências do edital.*

(...)

Deparar-se com vícios decorrentes de omissões ou simples "lacunas", que possibilitem ampliar o que se pretende entregar e/ou executar no contrato resultado da licitação é bastante temeroso, ferindo completamente o princípio básico de toda licitação, qual seja a objetividade, vinculação aos termos do edital, isonomia e competição.

(..)

Não sendo razoável em licitações adotar o entendimento de que irregularidade insanável (omissão, obscuridade, lacuna, incompletude de informação necessária, declaração falsa, etc.) exigida no edital e seus anexos seja simplesmente superável com mera diligência, consulta em site ou em documento complementar ou adote-se o entendimento de que tudo poderá ser suprido com a responsabilização contratual, mediante aplicação das penalidades previstas no edital

Se considerado requisito ou exigência essencial, a sua não observância prejudicará e viciará qualquer disputa e/ou competição a realizar, bem como a análise e julgamento de



PIZZOLATTO ADVOGADOS

propostas comerciais dos licitantes participantes, independentemente da modalidade de licitação adotada, considerando que a irregularidade apontada acarreta desigualdade entre ofertas técnica e comercial dos participantes do certame.

(Grifamos)

Logo, uma vez que as propostas das licitantes recorridas não se apresentam devidamente de acordo com as especificações e exigências do edital, não podem integrar o rol das empresas classificadas, pouco importando a condição de seu preço.

Doutrinariamente, é grande o respaldo nesse sentido.

Recomendando que somente as propostas viáveis devam ser classificadas, vale-se Adilson Abreu Dallari (1980) das lições de Marcello Caetano (1970) para concretizar essa viabilidade afirmando, com este, que as propostas devem ser:

"... sérias, firmes, concretas e em estrita conformidade com as cláusulas do instrumento de abertura".

(grifamos)

A conformidade da proposta com o edital é imprescindível. Celso Antônio Bandeira de Mello, abordando o desajuste da proposta ao edital, leciona:

"São inúmeros e imprevisíveis os modos pelos quais uma proposta poderá desatender ao edital. Qualquer descumprimento dele, inclusive por omissão em preencher os dados e elementos requeridos para clareza, firmeza, certeza e concreção do teor da proposta, acarretará obrigatoriamente a desclassificação dela."

(grifamos)

Acerca do tema, mister se faz, a lição do mestre Hely Lopes Meirelles, em sua clássica obra "Direito Administrativo Brasileiro":

"A proposta que se desviar do pedido ou for omissa em pontos essenciais é inaceitável, sujeitando-se à desclassificação. Essa desconformidade tanto pode ser na forma de apresentação como no conteúdo da oferta, pois o edital é que fixa os requisitos da proposta e estabelece as condições em que a Administração deseja contratar. **A oferta dos proponentes há de conter-se nos limites estabelecidos no edital**, sob pena de tornar-se inapreciável no seu mérito e nas suas vantagens, **sendo rejeitada pela desclassificação.**"

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS - OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Com o respaldo do Poder Judiciário, através do Tribunal de Justiça do RS, recentemente assim já se decidiu:

LICITACAO. TOMADA DE PRECOS. PROPOSTA
DESCCLASSIFICADA. VINCULACAO AO EDITAL.
OBRIGATORIEDADE.

O PRINCIPIO DA VINCULACAO AO EDITAL DIRIGE-SE A ADMINISTRACAO, COMO EXPLICITA O ARTIGO 41 DA LEI 8666/94, SEGUNDO O QUAL NAO LHE E DADO DESCUMPRIR AS NORMAS E CONDICoes DO EDITAL, AO QUAL SE ACHA ESTRITAMENTE VINCULADA. DIRECIONA-SE TAMBEM AOS LICITANTES, QUE NAO PODEM DEIXAR DE ATENDER OS REQUISITOS DO INSTRUMENTO CONVOCATORIO, PENA DE SEREM CONSIDERADOS INABILITADOS(MESMA LEI, ART-43, II), OU DESCCLASSIFICADAS SUAS PROPOSTAS QUANDO EM DESCONFORMIDADE COM O EDITAL , QUER NA FORMA QUER NO CONTEUDO(MESMA LEI, ART-48, I). APELO DESPROVIDO.

(Apelação Cível Nº 70001500370, Vigésima Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Genaro José Baroni Borges, Julgado em 28/03/2001).

Em tal julgamento, importante destacar parte do voto do Exmo. Des. Relator, *in verbis*:

Entre os princípios básicos que regem a licitação está o da VINCULAÇÃO AO EDITAL, que ao estabelecer as regras do certame, inalteráveis até seu final, a todos obriga (art. 3º lei 8.666/94) *O edital é a lei interna da licitação*, desde sempre diz Hely Lopes Meirelles (Direito Administrativo Brasileiro – pag. 249 – Malheiros – vigésima quarta edição). O princípio dirige-se à administração, como explicita o artigo 41 da lei 8.666 segundo o qual **não lhe é dado “descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada”. Direciona-se também aos licitantes, que não podem deixar de atender os requisitos do instrumento convocatório, pena de serem considerados inabilitados** (mesma lei – art. 43, II), ou desclassificada a proposta quando em desconformidade com o edital, quer na forma quer no conteúdo (mesma lei – artigo 48, I).”
(grifamos)

De salutar importância repisar, que não há como, de outro banda, entender-se que os vícios nas propostas não identificadas são meramente formais, inexistindo precedentes anteriores para que omissões e supressões de exigências editalícias de tal magnitude sejam sanados.



PIZZOLATTO ADVOGADOS

A Lei 8.666/93 elenca em seu art. 3º, os princípios básicos dos procedimentos licitatórios, no seguinte teor:

A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhe são correlatos.

Denota-se por parte das recorridas, que apresentaram as propostas técnicas em desconformidade com o exigido, a consequente violação a princípios licitatórios, como o da vinculação ao instrumento convocatório, e da isonomia - consagrado na lei de licitações em seu artigo 3º como princípio da igualdade entre os licitantes.

Não desclassificando as omissas propostas técnicas das recorridas, estará esta digna Comissão de Licitações ferindo o citado princípio da vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo, impositivo tanto para os licitantes quanto para a própria Administração, assim como o princípio da igualdade entre os licitantes.

Demonstra J.C. Mariense Escobar em sua mesma obra citada, "Licitação Teoria e Prática", pág. 22 e 23, a desconformidade entre os princípios administrativos e a decisão desta Douta Comissão Julgadora:

Como lei interna da licitação, ao edital tudo se vincula. **Nem os documentos de habilitação nem as propostas podem ser apresentados em desconformidade com o que foi solicitado,** nem os documentos do certame pode realizar-se senão sobre critérios nele divulgados.

(grifamos)

Logo após na pág.23:

O julgamento das propostas será objetivo, diz a lei, devendo a comissão de licitação ou responsável pelo convite realiza-la em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos e de acordo com os fatores exclusivamente referidos no edital, de maneira a possibilitar sua aferição pelas licitantes e pelos órgãos de controle.

(grifamos)



PIZZOLATTO ADVOGADOS

Com efeito, conforme demonstra o item 8.2.2 letra "c" do edital, em correlação com o inciso I do art. 48 da Lei de Licitações, se esta Douta Comissão Julgadora não desclassificar as propostas técnicas das recorridas, que comporta insanável vício material, estará insurgindo contra o **princípio da legalidade**, proclamado na lei, segundo o qual, autoridades licitantes em todas as fases do procedimento, devem ater-se aos preceitos legais que regem a matéria.

À luz da Lei 8.666/93, preceitua taxativamente o seu art. 48, que:

Art. 48 - Serão desclassificadas:

I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação.

Ante os amplos e exaustivos fundamentos apontados, resta demonstrado que as propostas apresentadas pelas empresas licitantes, GRISSE COMUNICAÇÃO LTDA e STRASSBURGER CIA LTDA., com base nos itens 8.2.2 letra "c", ao deixar de observar as exigências dos itens 4.2 a 4.5 e item 7 e 8 do Briefing do Anexo I, deve ser revista e desclassificada, sob pena de ilegalidade.

O cumprimento ao edital, há de ser observado e prevalecer !

III - DO PEDIDO

ANTE O EXPOSTO, requer, respeitosamente, seja recebido o presente recurso e, após seu processamento e julgamento, seja reconsiderada por esta nobre Comissão de Licitações a decisão recorrida, para fins de que:

- a) Seja com base nos itens 11.1 do edital, bem como art. 48, I da Lei nº 8.666/93, julgada como desclassificada a proposta técnica apresentada pela empresa recorrida, Grisé Comunicação Ltda. ME., por afronta aos itens 4.2.5, c.c itens 7 e 8 do Briefing do Anexo I do edital;
- b) Seja com base nos itens 11.1 do edital, bem como art. 48, I da Lei nº 8.666/93, julgada como desclassificada a proposta técnica apresentada pela empresa recorrida, Strassburger Cia Ltda por afronta ao edital.;
- c) Por conseguinte, seja julgada vencedora a proposta classificada na ordem subsequente, qual seja, desta recorrente, PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., como medida de manifesto direito e lídima justiça;

PIZZOLATTO ADVOGADOS ASSOCIADOS - OAB/RS 4.026

Av. Carlos Gomes nº 700, 8º andar, Boa Vista, CEP 90.480-000 - Porto Alegre/RS/Brasil
PABX (51) 2139.5658 - www.pzt.adv.br



PIZZOLATTO ADVOGADOS


- d) Se mantida a decisão, requer seja encaminhada à autoridade superior, conforme dispõe o art. 109 da Lei 8.666/93, para que analise e decida em última instância para reformar a decisão recorrida, eis que totalmente injusta e ilegal.

Contando com os elevados subsídios desta Douta Comissão Julgadora, pede pelo provimento do presente recurso.

Porto Alegre, 05 de agosto de 2015.



Mauro Alexandre Pizzolatto
Procurador - OAB/RS 45.264



Marcos Eizerik
Sócio-Diretor