



COMPROVANTE DE PROTOCOLO - Autenticação: 02023/01/17000027

Número / Ano	000027/2023
Data / Horário	17/01/2023 - 16:01:19
Assunto	Recurso Administrativo sobre a segunda sessão pública do processo licitatório tomada de preços 01/2022, do dia 11 de janeiro de 2023.
Interessado	Gemelo Comunicação Eireli
Natureza	Administrativo
Tipo Documento	Documento Expedido
Número Páginas	11
Emitido por	bruno.ritter

EXCELENTÍSSIMA SENHORA TÂNIA REGINA ALVES DE MORAES –
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N.º 07/2022
RECURSO ADMINISTRATIVO

GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI, inscrita no CNPJ sob nº 19.480.767/0001-93, com sede na Prefeito Waldemar Frederico Weber, nº 488, sala 08, bairro Floresta, Gramado (RS), email: gustavo@gemelo.me neste ato representada por seu sócio administrador Luís Gustavo de Souza Melo, portador da cédula de identidade registro geral número nº 71078857-95, CPF sob o nº. 054.445.057-46, vem à ilustre presença de V. Exa. apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

com as inclusas razões, com fulcro no artigo 109, inciso I, da Lei Federal nº 8.666/93, que rege as licitações no Brasil:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

a) habilitação ou inabilitação do licitante;

b) julgamento das propostas;

exercendo seu DIREITO DE PETIÇÃO, assegurado no artigo 5º, inciso XXXIV, alínea a, da Constituição Federal:

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

expor e requerer o que segue:



1.1 DA ALEGADA DIVERGÊNCIA ENTRE ENVELOPES DA RECORRENTE

No dia 11 de janeiro de 2023 às 14h ocorreu na Câmara de Vereadores de Gramado a Segunda Sessão Pública do Processo Licitatório Tomada de Preços 01/2022. Na ocasião foram abertos os envelopes de nº 2 e cotejados os envelopes de via não-identificada (nº 1) com os de via identificada (nº 2).

Após finalizada a sessão, foi elaborada uma ata em que consta a seguinte informação:

“O envelope nº 3 da empresa Gemelo, identificado no envelope nº 1 como empresa A, foi aberto e cotejado com o conteúdo do envelope não identificado. Alguns quesitos estiveram divergentes entre os envelopes, sendo eles: diagramação, os textos “ideia criativa”, spot de rádio (descrição cliente, material e título, BG e o texto LOC:) não constam na via identificada.”

Apesar de mencionar o envelope nº 3, entende-se que a ata na verdade se refere ao envelope nº 2.

1.2 DAS ESPECIFICAÇÕES DO EDITAL QUANTO AOS ENVELOPES

O Edital de Tomada de Preços 01/2022 (em sua primeira retificação, documento publicado em 11 de novembro de 2022) especifica o que deve conter o envelope nº 2:

“3.2. ENVELOPE Nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

*3.2.1. No envelope n.º 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma **cópia** do Plano de Comunicação – via não identificada, mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, sem a peça da ideia criativa.”*

A palavra **cópia** está em negrito no edital.

A recorrente obedeceu as normas e apresentou seu Plano de Comunicação nas vias identificada e não identificada de forma correta.

A palavra **cópia** tem o seguinte significado de acordo com o dicionário Michaelis online (<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/c%C3%B3pia/>):

cópia

có-pi-a

sf

1 Reprodução ou **transcrição de um texto original**; traslado.

2 Imitação ou reprodução de uma obra original (gravura, pintura, desenho, fotografia etc.).

3 Reprodução de uma escrita datilografada ou manuscrito, produzida mediante papel-carbono.

4 Imitação fraudulenta; plágio.

5 *fig* Pessoa semelhante a outra, fisicamente ou em outros aspectos.

6 Cin, Rád, TV Reprodução de matriz fonográfica para ser executada em algum desses meios de comunicação ou para ser arquivada.

7 Exemplar de uma série reproduzida de um mesmo original, seja um texto escrito, uma pintura, uma fotografia etc.: Seu livro já vendeu 500 cópias.

8 Mús Transcrição manuscrita de partituras de peças musicais.

O conteúdo dos envelopes de nº 1 e nº 2 da recorrente segue a definição da palavra **cópia** uma vez que foi feita uma **transcrição do texto original**. Foram excluídas a identificação e a ideia criativa, de acordo com as normas do edital.

A exclusão da identificação e da ideia criativa fez com que o conteúdo dos envelopes parecesse, em uma análise veloz, diferente. Entretanto, como se mostrará abaixo, o conteúdo do texto é idêntico.

Além disso, a ata afirma que “os textos “*ideia criativa*”, *spot de rádio* (*descrição cliente, material e título, BG e o texto LOC*:) não constam na via identificada.”.

Em verdade, os itens citados (“*ideia criativa, spot de rádio, descrição cliente, material e título, BG e o texto LOC*”) todos fazem parte de um único item: **a ideia criativa em si**. E o edital é claro ao afirmar que esse item deve ser excluído do envelope nº 2:

“3.2. ENVELOPE Nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

3.2.1. No envelope n.º 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária... *...sem a peça da ideia criativa.*”

A frase “**sem a peça da ideia criativa**” está em **negrito** no edital.

Abaixo vemos uma comparação do conteúdo dos envelopes apresentados. Na esquerda, envelope nº 1, na direita nº 2:

PLANO DE COMUNICAÇÃO

1 RACIOCÍNIO BÁSICO

A Câmara de Vereadores é considerada a "casa do povo". É lá onde os interesses da população são discutidos e representados pelos vereadores eleitos. Mas, por vezes, a falta de informação cria certos estereótipos onde uma parte da população acredita que o trabalho do vereador consiste em somente participar das sessões semanais onde os projetos e ideias são discutidos em plenário.

Através do slogan "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" a Câmara de vereadores pretende não somente informar ao cidadão o papel e a importância do vereador na comunidade, mas mostrar que, diariamente, os vereadores estão ouvindo a população e pensando em formas de melhorar o futuro dos moradores de Gramado, através da atuação dele no legislativo.

O desafio da comunicação consiste em dar visibilidade às ações dos vereadores na Câmara Municipal e a divulgação dos atos, programas e leis de interesse público, comunitário ou turístico, promovidos pela Câmara de Vereadores, observando caráter educativo, informativo e de orientação, viabilizando canais de comunicação que proporcionem informação e compreensão da população.

A divulgação dessas ações deve proporcionar o esclarecimento e a sensibilização dos moradores, proporcionando mais clareza de qual é o papel do vereador no município. As ações de comunicação devem ter alinhamento com o atual posicionamento de comunicação do legislativo municipal atual.

2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A estratégia de comunicação e marketing consiste na formação, desenvolvimento e ampliação da informação mais objetiva com a população de Gramado. Para que as ações de comunicação atinjam esse objetivo será criada uma política de comunicação integrada, que disponibilizará um fluxo atual e contínuo de informação por meio de canais físicos, presenciais e virtuais.

Nossa proposta é difundir o papel de atuação do vereador, através de Campanhas que informem e convidem o cidadão a entender o dia-a-dia do legislativo gramadense. Para isso, serão publicados semanalmente anúncios nos jornais locais, reforçando o slogan "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" e subtítulos informativos explicando como se dá a atuação do vereador e qual é a importância dele na vida e no futuro da população de Gramado.

O tema da Campanha, "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" faz uma relação com presente e futuro, deixando clara a mensagem de que, o vereador que hoje está eleito, impacta diretamente no futuro da cidade e é, através das redes sociais, onde conseguiremos trazer esse paralelo em "tempo real", mostrando o trabalho do vereador e de que forma aquela ação irá impactar dali pra frente na vida da população.

Pensando em proximidade com a comunidade, a inserção de spots diários nas rádios locais, tem o objetivo de fixação informativa da mensagem da campanha, onde é possível, assim como nas redes sociais, trazer a participação do vereador com atualizações dos projetos propostos para a cidade e o impacto dos mesmos na vida do cidadão.

Para reforçar a estratégia, temos os espaços do poder público que são altamente frequentados pelos moradores, onde é possível disponibilizar folders informativos fixando a mensagem da campanha e, com isso, atingir o público que não está presente nas redes sociais através de um material atrativo e claro na transmissão do conceito.

3 IDEIA CRIATIVA

Conforme estratégia de comunicação apresentada, foram desenvolvidas as seguintes peças publicitárias:

GEMELO

PLANO DE COMUNICAÇÃO

1 RACIOCÍNIO BÁSICO

A Câmara dos Vereadores é considerada a "casa do povo". É lá onde os interesses da população são discutidos e representados pelos vereadores eleitos. Mas, por vezes, a falta de informação cria certos estereótipos onde uma parte da população acredita que o trabalho do vereador consiste em somente participar das sessões semanais onde os projetos e ideias são discutidos em plenário.

Através do slogan "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" a Câmara de vereadores pretende não somente informar ao cidadão o papel e a importância do vereador na comunidade, mas mostrar que, diariamente, os vereadores estão ouvindo a população e pensando em formas de melhorar o futuro dos moradores de Gramado, através da atuação dele no legislativo.

O desafio da comunicação consiste em dar visibilidade às ações dos vereadores na Câmara Municipal e a divulgação dos atos, programas e leis de interesse público, comunitário ou turístico, promovidos pela Câmara de Vereadores, observando caráter educativo, informativo e de orientação, viabilizando canais de comunicação que proporcionem informação e compreensão da população.

A divulgação dessas ações deve proporcionar o esclarecimento e a sensibilização dos moradores, proporcionando mais clareza de qual é o papel do vereador no município. As ações de comunicação devem ter alinhamento com o atual posicionamento de comunicação do legislativo municipal atual.

2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A estratégia de comunicação e marketing consiste na formação, desenvolvimento e ampliação da informação mais objetiva com a população de Gramado. Para que as ações de comunicação atinjam esse objetivo será criada uma política de comunicação integrada, que disponibilizará um fluxo atual e contínuo de informação por meio de canais físicos, presenciais e virtuais.

Nossa proposta é difundir o papel de atuação do vereador, através de Campanhas que informem e convidem o cidadão a entender o dia-a-dia do legislativo gramadense. Para isso, serão publicados semanalmente anúncios nos jornais locais, reforçando o slogan

PLANO DE COMUNICAÇÃO
COMUNICANDO O PAPER DO VEREADOR
COMUNICANDO O PAPER DO VEREADOR

1

GEMELO

"Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" e subtítulos informativos explicando como se dá a atuação do vereador e qual é a importância dele na vida e no futuro da população de Gramado.

O tema da Campanha, "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" faz uma relação com presente e futuro, deixando clara a mensagem de que, o vereador que hoje está eleito, impacta diretamente no futuro da cidade e é, através das redes sociais, onde conseguiremos trazer esse paralelo em "tempo real", mostrando o trabalho do vereador e de que forma aquela ação irá impactar dali pra frente na vida da população.

Pensando em proximidade com a comunidade, a inserção de spots diários nas rádios locais, tem o objetivo de fixação informativa da mensagem da campanha, onde é possível, assim como nas redes sociais, trazer a participação do vereador com atualizações dos projetos propostos para a cidade e o impacto dos mesmos na vida do cidadão.

Para reforçar a estratégia, temos os espaços do poder público que são altamente frequentados pelos moradores, onde é possível disponibilizar folders informativos fixando a mensagem da campanha e, com isso, atingir o público que não está presente nas redes sociais através de um material atrativo e claro na transmissão do conceito.

sem a
peça da
ideia
criativa

4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA

A proposta é fazer uma mídia integrada, utilizando tanto os meios tradicionais de comunicação (Radio e Jornal), como as novas mídias (Internet e Redes Sociais) e as Não-Mídias.

2

JORNAL

**PRESENTE
NO SEU DIA
PENSANDO NO
SEU FUTURO.**

É hora de pensar no futuro e garantir o presente. Com o seguro de vida Gramado, você garante o futuro de quem você ama, mesmo que algo inesperado acontecer.

Garanta a sua família o melhor futuro.

SEU SEGURO DE VIDA
GRAMADO. GARANTE O SEU FUTURO.



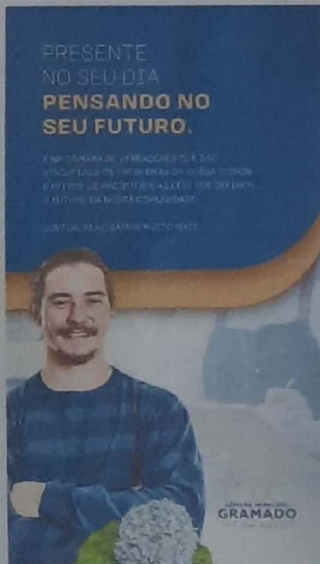
GRAMADO SEGUROS DE VIDA

REDES SOCIAIS

**PRESENTE
NO SEU DIA
PENSANDO NO
SEU FUTURO.**

É hora de pensar no futuro e garantir o presente. Com o seguro de vida Gramado, você garante o futuro de quem você ama, mesmo que algo inesperado acontecer.

Garanta a sua família o melhor futuro.



GRAMADO SEGUROS DE VIDA



FOLDER LADO EXTERNO

A COMPANHIA DE SEGURANÇA E A SUA CASA SÃO
SEUS MELHORES AMIGOS. POR ISSO, SEU AMOR
MELHORA COM O CUIDADO DA GRAMADO. A FORÇA
DO SEU AMOR É PRESENTE EM CADA DIA DO
SEU FUTURO. PORQUE SEU AMOR É O MELHOR
CUIDADO QUE SEU AMOR PODE TER. E O MELHOR
CUIDADO É O CUIDADO DA GRAMADO.

GRAMADO

**PRESENTE
NO SEU DIA
PENSANDO NO
SEU FUTURO.**

**AGENDE NOSSO SITE:
GRAMADO.DE.LEO.BR**

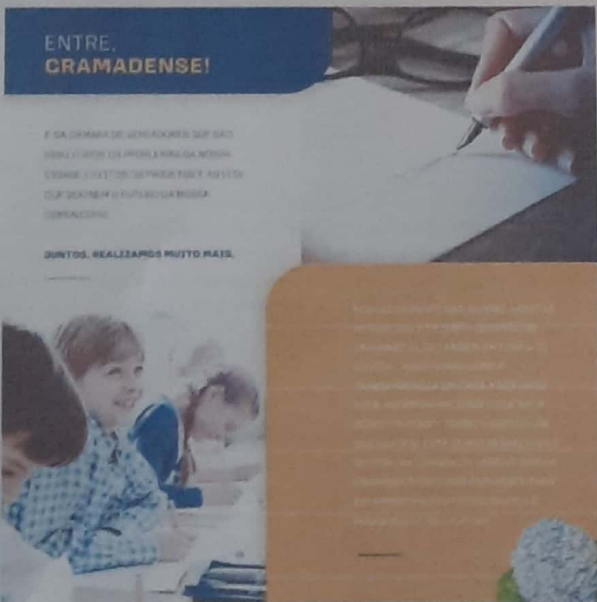


FOLDER LADO INTERNO

**ENTRE,
GRAMADENSE!**

É DA GRAMADO DE SEUS AMIGOS QUE SEU DIA
SEJA O MELHOR. PORQUE AGRADAR A SI MESMO
É O MELHOR CUIDADO QUE SEU AMOR PODE TER.
E O MELHOR CUIDADO É O CUIDADO DA GRAMADO.

JUNTOS, REALIZAMOS MUITO MAIS.



SPOT DE RÁDIO

Cliente: Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Material: Spot de Rádio 30"

Título: Presente no seu dia. Pensando no seu futuro.

303 milha discreta

Lei: Uma cidade forte e próspera, só é feita com a participação de todos. Mas, infelizmente não dá para reunir a população inteira na praça para discutir e definir todos os assuntos da cidade. É por isso que o povo escolhe quem serão os vereadores que o representarão. Eles é que irão defender o que é importante para a cidade e para o nosso futuro através das leis municipais. Acompanhe a câmara das redes sociais e fique por dentro do presente e do futuro de Gramado. Câmara de Vereadores de Gramado. Presente no seu dia. Pensando no seu futuro.

4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA

A proposta é fazer uma mídia integrada, utilizando tanto os meios tradicionais de comunicação (Rádio e Jornal), como as novas mídias (Internet e Redes Sociais) e as Não-Mídias.

OFFLINE

RÁDIO

Reforçar qual é a função do vereador e a importância dele no município de forma clara e objetiva, sempre trazendo o conceito "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" para aproximar cada vez mais o público do legislativo. Isso justifica a escolha do meio "Spot's de 30" e participação dos vereadores nas rádios locais para entrevistas.

JORNAL

Anúncios Página Simples e Meia Página nos jornais locais. O meio jornal possui credibilidade. É esse endosso que queremos associar ao trabalho do vereador.

FOLDER

Disponibilização de folder enfatizando o trabalho do vereador em espaços públicos da cidade como a própria Câmara de Vereadores, Prefeitura Municipal, Secretarias, etc.

ONLINE

INTERNET

Além de publicações institucionais reforçando a campanha, a proposta tem como objetivo utilizar o *timing* das redes sociais (presente) com publicações em vídeo e informativas dos próprios vereadores esclarecendo dúvidas da comunidade em relação ao papel deles no legislativo. Proporcionar um ambiente de diálogo e troca de ideias com a população, com caixas de perguntas e outros recursos disponíveis nas redes sociais, nos permitirá, cada vez mais, reforçar o compromisso com os vereadores perante ao povo.

NÃO-MÍDIA

Tendo em vista o avanço das tecnologias em favor da comunicação, propomos a utilização de realidade aumentada em todas as peças gráficas apresentadas na ideia criativa. Será criado um aplicativo onde o usuário poderá interagir com qualquer comunicação da Câmara de Vereadores. Um vídeo informativo desenvolvido com motion graphics (animação), adaptado a superfície da comunicação, explicará, de forma didática, as principais atribuições dos vereadores e qual é a importância deles na vida e no desenvolvimento da comunidade. Ao final do vídeo, teremos um convite ao espectador para acessar as redes sociais e site da Câmara Municipal de Gramado, onde ele encontrará mais conteúdos publicados, conforme proposto no item INTERNET. Um material de fácil compreensão e acessível para qualquer pessoa.

GEMELO

OFFLINE

RÁDIO

Reforçar qual é a função do vereador e a importância dele no município de forma clara e objetiva, sempre trazendo o conceito "Presente no seu dia. Pensando no seu futuro" para aproximar cada vez mais o público do legislativo. Isso justifica a escolha do meio "Spot's de 30" e participação dos vereadores nas rádios locais para entrevistas.

JORNAL

Anúncios Página Simples e Meia Página nos jornais locais. O meio jornal possui credibilidade. É esse endosso que queremos associar ao trabalho do vereador.

FOLDER

Disponibilização de folder enfatizando o trabalho do vereador em espaços públicos da cidade como a própria Câmara de Vereadores, Prefeitura Municipal, Secretarias, etc.

ONLINE

INTERNET

Além de publicações institucionais reforçando a campanha, a proposta tem como objetivo utilizar o *timing* das redes sociais (presente) com publicações em vídeo e informativas dos próprios vereadores esclarecendo dúvidas da comunidade em relação ao papel deles no legislativo. Proporcionar um ambiente de diálogo e troca de ideias com a população, com caixas de perguntas e outros recursos disponíveis nas redes sociais, nos permitirá, cada vez mais, reforçar o compromisso com os vereadores perante ao povo.

NÃO-MÍDIA

Tendo em vista o avanço das tecnologias em favor da comunicação, propomos a utilização de realidade aumentada em todas as peças gráficas apresentadas na ideia criativa. Será criado um aplicativo onde o usuário poderá interagir com qualquer comunicação da Câmara de Vereadores. Um vídeo informativo desenvolvido com motion graphics (animação), adaptado a superfície da comunicação, explicará, de forma didática, as principais atribuições dos vereadores e qual é a importância deles na vida e no desenvolvimento da comunidade. Ao final do vídeo, teremos um convite ao espectador

para acessar as redes sociais e site da Câmara Municipal de Gramado, onde ele encontrará mais conteúdos publicados, conforme proposto no item INTERNET. Um material de fácil compreensão e acessível para qualquer pessoa.

3

GEMELO

para acessar as redes sociais e site da Câmara Municipal de Gramado, onde ele encontrará mais conteúdos publicados, conforme proposto no item INTERNET. Um material de fácil compreensão e acessível para qualquer pessoa.

Identificação da Licitante

Razão Social: GEMELO COMUNICAÇÃO LTDA ME
CNPJ/ME: 19.439.767/0001-91
Condição: 001/2022

Campê/R5, 13 de dezembro de 2022

Emil Gustavo de Souza Melo
CPF: 054.445.957-46



4

O conteúdo dos textos é idêntico em ambos. Seguindo as regras do edital, nas páginas da direita foram retiradas as peças da ideia criativa e adicionada a identificação da licitante.

2.1 DAS PEÇAS APRESENTADAS PELA EMPRESA PROPAGANDAFUTEBOLCLUBE

Na Segunda Sessão Pública do Processo Licitatório Tomada de Preços 01/2022 foram abertos os envelopes de nº 2 e identificadas as autorias das propostas. Na ocasião, tornou-se público o conteúdo das peças das licitantes.

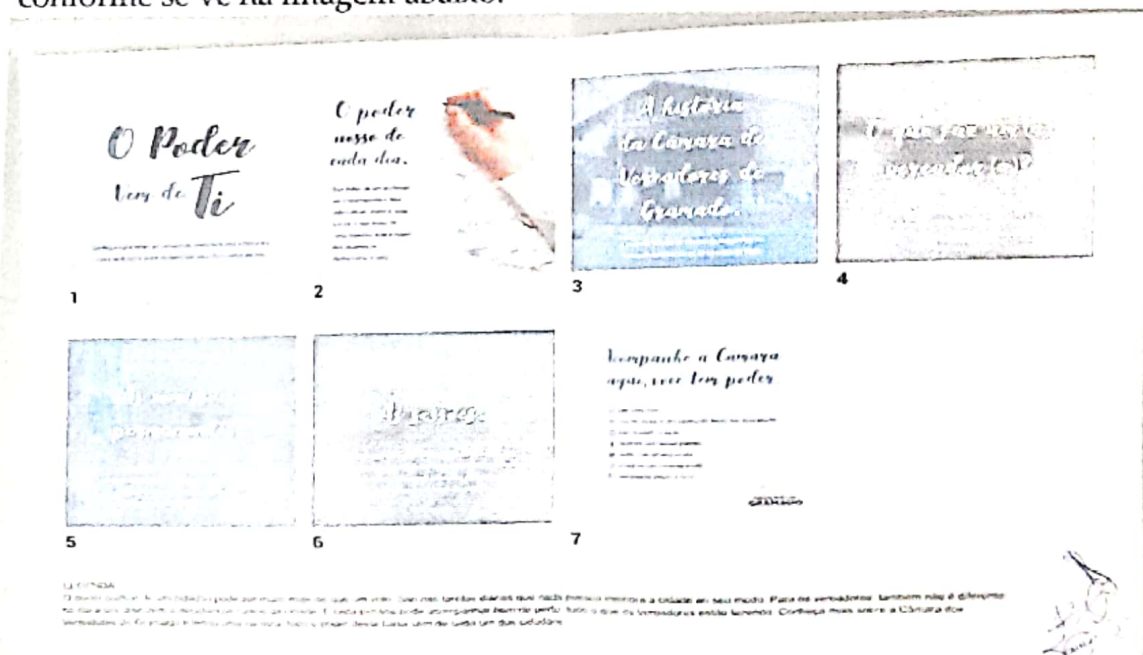
O edital especifica como devem ser apresentadas as peças das ideias criativas:

5.1.3. Ideia criativa – sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios:

- Jornal;
- Folder;
- Rádio;
- Redes sociais;

As licitantes estavam limitados à apresentação de uma peça para cada um dos meios.

Entretanto, a empresa Propagandafutebolclube na peça “Redes Sociais” apresentou sete imagens, que as chamou “formato carrossel” conforme se vê na imagem abaixo:



Novamente recorre-se ao auxílio do respeitado dicionário Michaelis online, que define a palavra peça no sentido utilizado pelo mercado publicitário da seguinte forma (<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/pe%C3%A7a/>):

peça

pe-ça

sf

...

20 Publ Elemento que faz parte de uma campanha publicitária ou de uma promoção de vendas (anúncio, painel, cartaz, folder, jingle, outdoor, logotipo, painel, cartaz etc.)

...

A peça é apenas um elemento. A licitante Propagandafutebolclubes apresentou sete elementos como se fossem uma só peça, desta forma ferindo a regra do edital.

O edital determina:

9.4. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente Edital e da lei pertinente às licitações.

3.1 DO ENVELOPE Nº 1 DA EMPRESA PROPAGANDAFUTEBOLCLUBE

Os envelopes de nº 2 foram abertos na Segunda Sessão Pública do Processo Licitatório Tomada de Preços 01/2022. Neste momento, eles foram conectados aos envelopes de nº 1.

Eis o que o edital determina quanto ao invólucro nº 1:

3.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro nº 2 – o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhum tipo de identificação;*
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;*
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.*

Como os envelopes nº 2 são abertos na segunda sessão, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária do envelope nº 1 deveria ter sido mantido até o dia 11 de janeiro de 2023 às 14h, momento do início da segunda sessão.



No entanto, o envelope nº 1 apresentado pela licitante Propagandafutebolclubes havia sido, até o momento da segunda sessão, deformado pelo material nele contido que incluía um pendrive e material impresso de alta gramagem.

A lei 8.666 de 1993, que rege as licitações, é clara:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

...

§ 3º A licitação não será sigilosa, sendo públicos e acessíveis ao público os atos de seu procedimento, salvo quanto ao conteúdo das propostas, até a respectiva abertura.

A licitação deve ser pública mas o conteúdo das propostas deve se manter sob sigilo até sua abertura.

A licitante Propagandafutebolclubes apresentou, de forma pública, um envelope fechado contendo sua proposta. Na primeira sessão, quando foram retirados os conteúdos dos envelopes de nº 1 foi mencionada publicamente aos presentes a presença de um pendrive no envelope desta licitante.

Como o material contido no invólucro nº 1 da licitante Propagandafutebolclubes causou deformação no papel do envelope (provavelmente devido ao manuseio entre a primeira e segunda sessões), o sigilo quanto à sua autoria foi prejudicado, uma vez que a autoria de seu conteúdo tornou-se logicamente conectável ao envelope em si.

Isso fere os princípios elencados no Art. 3º de impessoalidade e igualdade da licitação.

O edital da presente licitação é claro:

6.7. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de atender as exigências deste Edital, nos casos de:

a) houver oposição, na via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca inclusive dobraduras, sinal,

impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

A situação ocorrida descrita acima configura caso concreto para desclassificação da licitante.

4.1 DO PEDIDO

Assim, diante do exposto nos pontos acima, a RECORRENTE requer digne-se V. Exa. conhecer as razões do presente RECURSO ADMINISTRATIVO, dando-lhe PROVIMENTO nos seguintes termos:

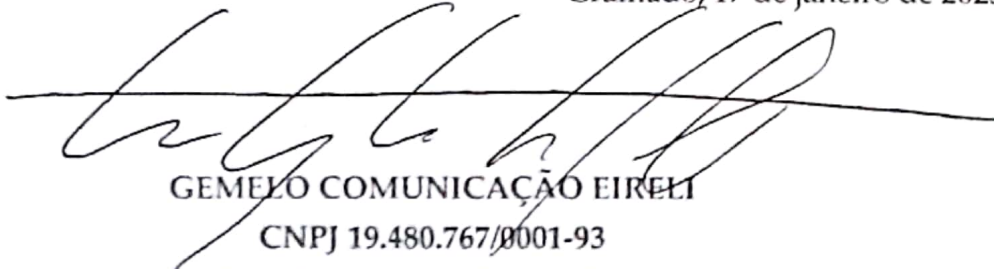
4.2 Requer retificação da ata da segunda sessão, para deixar claro que não houve divergência no conteúdo dos envelopes nº 1 e nº 2, conforme itens 1.1 e 1.2 acima;

4.3 Requer desclassificação da licitante Propagandafutebolclube, pelos motivos demonstrados no item 2.1 acima, cumprindo-se a cláusula 9.4 do edital;

4.4 Requer desclassificação da licitante Propagandafutebolclube, conforme fatos elencados no ponto 3.1 acima, cumprindo-se as cláusulas 3.1.3.2(c) e 6.7(a) do edital.

Nestes termos, pede deferimento.

Gramado, 17 de janeiro de 2023.



GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI
CNPJ 19.480.767/0001-93

LUÍS GUSTAVO DE SOUZA MELO