

PARECER JURÍDICO

ASSUNTO: RECURSO ADMINISTRATIVOS TP nº 04/2017.



Trata-se de análise jurídica sobre recursos administrativos e contra razões propostos pelas empresas Tempero Propaganda LTDA ME, Olé Propaganda e Publicidade LTDA e Gotcha Publicidade LTDA ME, no processo licitatório modalidade Tomada de Preço, Edital TP nº 04/2017, alegando em síntese o seguinte:

DO RECURSO E DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME

A recorrente Tempero Propaganda LDTA ME alega que a licitante GOTCHA Publicidade LTDA ME não usou a tabela referencial do Sinapro de SC, conforme solicitação do item 9.2.1 do Edital.

Relata a recorrente, que outro item em descumprimento com o edital pela licitante Gotcha Publicidade e Olé Propaganda foi quanto a questão de conteúdo dos cadernos, verificado que durante a abertura do envelope B (via identificada), confronta com o conteúdo do envelope A (via não identificada), devendo ser entendido como DE IGUAL TEOR E FORMA exatamente a mesma formatação e divisão do conteúdo dos envelopes.

Também destaca que a licitante Olé Propaganda não cumpriu outros dois itens solicitados no Edital, quais sejam: que o conteúdo do caderno do envelope B (via identificada) não contem a seção ESTRATÉGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA, infringindo o item 9.3.1 do Edital. Também alega a falta de carimbo nas páginas de dos cadernos de envelopes B e C, item exigido no Edital (6.10).

Desta forma, pleiteia a desclassificação das empresas por descumprirem o Edital.

Por outro lado, em suas contra razões ressalta que a inclusão do Jornal Caiçara no plano de mídia não afeta o desempenho da campanha apresentada. Anexa como meio de prova e-mail do o Jornal Caiçara.

Outrossim, ressalta que a capa fume citada pela licitante Olé Propaganda e Publicidade, foi apresentado devido ao fato do edital não deixar claro se a capa preta deveria ser na frente ou atrás do caderno, surgindo duvida na hora de

encadernar. Destaca ainda, que isso nada muda ou prejudica as demais licitantes, já que a capa em questão não cria qualquer tipo de identificação da licitante.



Manifesta equívoco da licitante Olé Propaganda e Publicidade, informando que observou o edital, não descumprindo o item 9.2.3 – Idéia Criativa.

Relativamente a numeração de páginas, alega em síntese que apresentou o envelope 01 sem numeração nas páginas onde consta idéia criativa por entender que anexos não são considerados como parte efetiva do descritivo Plano de Comunicação.

Por fim, destaca que não deixou de cumprir o item 9.2.1 do Edital, já que a mídia OUTDOOR pode ser inclusa na campanha por fazer parte da mídia convencional, requerendo que sejam desconsiderados os argumentos apresentados no Recurso Administrativo das empresas licitantes.

DO RECURSO E DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA

A recorrente Olé Propaganda e Publicidade LTDA alega que a licitante Tempero Propaganda LTDA, descumpriu o Edital pelo fato de apresentar caderno de envelope A, com três capas: sendo duas pretas e uma fume, em desacordo com o item 9.2.2, letra h. Também relata descumprimento do Edital ao apresentar layout via outdoor e deixar de apresentar a peça da internet.

Alega ainda, que a empresa Tempero Propaganda, descumpriu o item 9.2.2, letra g, deixando de numerar as páginas de idéias criativas, bem como, item 9.2.1, apresentando em seu caderno da via não identificada no item ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, OUTDOOR, sem o valor de veiculação.

Nessa senda, a recorrente alega que a licitante Gotcha Publicidade descumpriu o item 9.2.2 do Edital, pelo fato de colocar a caneta o número da página nove da via não identificada. Afirma, também descumprimento ao item 9.2.1, ao apresentar no caderno via não identificada no item ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, OUTDOOR, sem o valor de veiculação e item 9.2.1, letra h, do Edital.

Portanto, defende a desclassificação das empresas participantes do certame.

Por outro lado, em sua contra razões, quanto ao quesito Estratégia de Mídia e não Mídia do envelope B, admite a falha técnica, e que esses apontamentos não passam de requisitos meramente formal.

Manifesta equívoco da licitante Tempero Propaganda e Publicidade e informa que o Edital autoriza uma dupla interpretação da palavra carimbo, pedindo que a empresa apresente a proposta em papel que a identifique.



Assim, requer sejam julgados improcedentes os pedidos feitos pela empresa Tempero Propaganda LTDA.

DO RECURSO E DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE GOTCHA PUBLICIDADE LTDA ME

A recorrente Gotcha Publicidade LTDA ME alega que a desclassificação da empresa por questão de erro à metodologia adotada pela Comissão de Licitação configura excesso de formalismo.

Também, pleiteia a desclassificação das empresas licitantes.

Nesse sentido, alega que a empresa Olé Propaganda e Publicidade não atendeu as regras de formatação no envelope via não identificada, não respeitando o espaçamento de 0,3 cm nas margens esquerdas, a partir das bordas, bem como, deixou de anexar documento estratégia de mídia e não mídia na via identificada.

Com relação a licitante Tempero Propaganda LTDA, relata que cometeu equívoco ao programar periódico Jornal Caiçara, de União da Vitória/PR, sem que esse tenha circulação no Município de Matos Costa/SC.

Por outro lado, aponta inexatidões do recurso da empresa Olé Propaganda e Publicidade, alegando que o descumprimento ao item 9.2.1, não diz qual teria sido o elemento de inexatidão ou descumprimento.

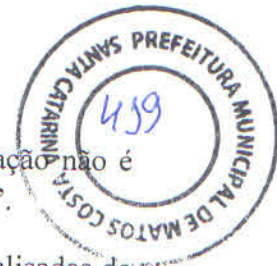
Também, relata quanto ao recurso da empresa Tempero Propaganda LTDA, que alude omissão do item 9.1 – tabela SINAPRO – não passa de simples alegação, não informando qual seria o valor incoerente.

Assim, requer sejam indeferidos os recursos interpostos pelas licitantes.

DA ANÁLISE DOS RECURSOS

Primeiramente vale lembrar que o certame licitatório não representa um fim em si mesmo, mas um meio que busca o atendimento da

necessidades públicas. Nas palavras do doutrinador Adilson Dalari: “a licitação não é um concurso de destreza destinado a solucionar o melhor cumpridor de edital”.



Dessa forma, as regras editalícias devem ser analisadas de modo sistemático a fim de buscar a finalidade da lei e evitar o excesso de formalismo.

É de se registrar a posição do Superior Tribunal de Justiça em alguns de seus julgados, que consideraram que “o formalismo no procedimento licitatório não significa que se possa desclassificar propostas eivadas de simples omissões ou defeitos irrelevantes”, sendo de se observar a “ratio legis”, se os termos do ato impugnado foi “perfeitamente compreendido, em sua inteireza, pela Comissão especial (e que se presume de alto nível intelectual e técnico)”, isso no julgamento do MS 5418/DF (DJ 1-6-98, p. 24), de sua 1ª Seção, relatado pelo Ministro Demócrito Reinaldo. No mesmo sentido, no ROMS 12517/RS (DJ 23-9-02, p. 224), da 1ª Turma, relatado pelo Ministro Milton Luiz Pereira, no qual se concluiu que o formalismo deve ser moderado.

Nesse sentido, são exemplos de erro formal em licitação: o erro de identificação do envelope sanado antes da sua abertura; a ausência de numeração das páginas da proposta ou documentação; os documentos colocados fora da ordem exigida pelo edital; ausência de um documento cujas informações foram supridas por outro documento constante do envelope.

Veja-se assim, que nenhum dos itens atacados nas razões recursais das empresas recorrentes, provocam qualquer mácula a decisão proferida pela comissão de licitação. Pequenos erros ou equívocos formais como é o caso em análise não alteram o interesse maior que é o interesse público.

São reconhecidos pela boa hermenêutica doutrinária, que o excesso de formalismo do Edital não podem prevalecer e afetar o interesse público.

Pelo acima exposto, a análise quanto ao aspecto jurídico do presente certame licitatório é no sentido de que sendo insignificantes as máculas apresentadas nos recursos administrativos deve ser mantida a decisão proferida pela comissão de licitação.

É o parecer.

Matos Costa, 13 de dezembro de 2017.


Augusto Fagundes Reginato

OAB/SC 50.346-A

OAB/PR 65.875

Assessor Jurídico