



Publicidade Audiovisual

(88) 9955.3036 - (88) 9227.1030

edilsonproducoes@live.com

Rua do Cruzeiro, 03 - Q-02 - Tianguá-CE

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO da
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BENEDITO
Ref. TOMADA DE PREÇOS 02.001/2019-TP
Data de abertura: 21 de junho de 2019.

IMPUGNAÇÃO AO EDITAL EM EPÍGRAFE

A empresa JOSÉ EDILSON PINTO – ME, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ 07.270.350/0001-17, com sede à Rua do Cruzeiro, Nº 03, Q 02, Bairro do Cruzeiro, cidade de Tianguá, estado do Ceará, por meio do seu Proprietário infra-assinado o senhor **José Edilson Pinto**, casado, empresário, residente em Tianguá-CE, CPF: 112.531.183-53, RG: 813.250 SSP-CE, vem, com fulcro no Art. 5º, Incisos XXXIII e XXXIV; e Art. 37º da Constituição Federal/88, apresentar IMPUGNAÇÃO AO EDITAL, pelos fatos e fundamentos a seguir delineados:

1 – DA TEMPESTIVIDADE

De acordo com o Artigo 41 da Lei 8.666/1993:

Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada
"§ 2º: Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação em concorrência, a abertura dos envelopes com as propostas em convite, tomada de preços ou concurso, ou a realização de leilão, as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso."



A Lei nº 8.666/93 não distingue os prazos para o particular impugnar o edital ou solicitar esclarecimentos. Em vez disso, a Lei de Licitações fixa prazos distintos apenas em função de quem se dirige à Administração (cidadão ou licitante).

Em vista desse regramento, pode-se concluir que, nas licitações processadas pelas modalidades da Lei nº 8.666/93, o prazo para os cidadãos impugnarem ou pedirem esclarecimentos acerca do edital será de até cinco dias úteis antes da data fixada para a abertura da sessão pública de licitação. Se esses atos forem praticados por licitantes, o prazo se estende até o segundo dia útil que anteceder a abertura do certame.

O Tribunal de Contas da União já acolheu tal entendimento:

No Acórdão nº. 1/2007 (Processo TC 014.506(2006-2) o TCU entendeu ser tempestiva uma impugnação apresentada em **22/11/2005 (terça-feira) em face de um pregão que teria abertura em 24/11/2005 (quinta-feira)**. Do mesmo modo, através do Acórdão nº. 36212003 (processo TC 016.538/2002-2) entendeu ser tempestiva uma impugnação apresentada em **27/9/2002 (sexta-feira) em face de uma licitação que ocorreria em 1/10/2002 (terça-feira)**. (Grifamos).

Como a sessão pública do TOMADA DE PREÇOS 02.001/2019-TP terá início no dia 21 de Junho de 2019, sexta-feira, às 09h (nove horas), a presente peça reveste-se de tempestividade. Ainda que quinta-feira, dia 20, seja decretado Feriado de *Corpus Christi*, a tempestividade está assegurada, uma vez que a presente peça está sendo apresentada na terça-feira, dia 18. Com efeito, a Impugnante confia na aplicação imediata do Efeito Suspensivo a esta Impugnação, de modo que a licitação até o final da análise e correção dos pontos aqui aventados.

2 – FUNDAMENTAÇÃO E AUTOTUTELA

Antes de adentrar na impugnação propriamente dita, incumbe a impugnante destacar todas as decisões da Administração devem ser devidamente fundamentadas à luz do ordenamento jurídico, sob pena de violação ao Artigo 93 da Constituição Federal/88, in verbis:

IX todos os julgamentos dos órgãos do Poder Judiciário serão públicos, e fundamentadas todas as decisões, sob pena de nulidade, podendo a lei limitar a presença em determinados atos, às próprias partes e a seus advogados, ou somente a estes, em casos nos quais a preservação do direito à intimidade do interessado no sigilo não prejudique o interesse público à informação.

3 – DOS FUNDAMENTOS DA IMPUGNAÇÃO

Preliminarmente é essencial esclarecer para Serviços de PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING, existe uma legislação específica, o qual seja a Lei Nº 12.232, de 29 de Abril de 2010 que "dispõe sobre as normas gerais para licitação e

contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. ”

Até recentemente, não havia regulamentação legal específica para a licitação e os contratos públicos de publicidade. Esses serviços, como quaisquer outros, estavam sujeitos à lei 8.666/93 (Lei Geral de Licitações e Contratos Administrativos). O único dispositivo da lei 8.666/93 que trata especificamente dos serviços de publicidade é o que veda a sua contratação por inexigibilidade de licitação.

Considera-se serviço de publicidade, conforme definição do art. 2º da Lei, o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo **o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
(DESTACAMOS)

É mister esclarecer também que não se incluem nas atividades: assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou atividades que tenham por finalidade realizar eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, de acordo como Parágrafo 2º do Artigo 2º desta Lei:

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

Após avaliar exaustivamente os termos do Edital ora impugnado, a ora Impugnante detectou alguns equívocos que precisam ser sanados.

Primeiramente o Edital não se subordina à Lei Nº 12.232, de 29 de Abril do 2010 o que já fere a legislação pertinente ao objeto, pois se trata de contratação de Serviço de MARKETING como podemos notar no seu objeto abaixo descritos:

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, COMPREENDENDO A CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, PLANEJAMENTO, DISTRIBUIÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE PEÇAS E



CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, VTS E SPOT DE RÁDIOS LOCAIS E REGIONAIS.

Destarte, como fora elencado acima, o Instrumento Convocatório não se remete em momento algum não se remete em momento algum a Legislação específica para contratação deste tipo de serviço, configurando assim, a primeira ILEGALIDADE, o que se remete à ANULAÇÃO deste processo.

A Lei específica para esse tipo de contratação também estabelece que deverão ser contratadas AGÊNCIAS DE PROPAGANDA, como veremos em seu Art. 4º:

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Isso já deveria estar determinado nas Condições de Participação, o que não aconteceu.

Mais uma vez nota-se negligência, pois como a própria lei estabelece, serão contratados em agências de propaganda, não prevendo contratação de empresa de qualquer natureza.

É notado que na redação do edital foram estabelecidas exigências divergentes estabelecidas na Lei Nº 12.232 de 29 de Abril de 2010 o que infere em ILEGALIDADE com consequente obrigação de ANULAÇÃO do processo ou mesmo retificação deste.

Há de se enfatizar que o Edital em diversos momentos se remete à contratação de serviços de MARKETING, desde o Objeto ao Termo de Referência, bem como na Proposta Técnica, ao tempo que se remete também à contratação de Assessoria de Comunicação e de Imprensa, termos utilizados exaustivamente no Termo de Referência.

Como se ver mais uma vez, a finalidade dessa licitação é de se contratar serviços de MARKETING, o que pela lei 12.232/2010, veda expressamente a contratação de assessoria de imprensa, ou de comunicação ou de relações públicas ou atividades que tenham por finalidade realizar eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, como poderemos averiguar abaixo:

Art. 20da Lei 12.232/2010:

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo VEDADA A INCLUSÃO DE QUAISQUER OUTRAS ATIVIDADES, EM ESPECIAL AS DE ASSESSORIA DE IMPRENSA COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor. (grifo nosso).

Como é possível perceber, as conceituações trazidas pela lei, a disciplina restritiva dos serviços que podem ser contratados pelo procedimento instituído pela Lei nº 12.232/10, bem como as vedações e exigências exaustivamente taxadas no texto legal,

não deixam dúvidas acerca da abrangência dos contratos de serviços de publicidade. Assim, não obstante eventuais problemas que possam surgir na prática administrativa, a legislação é clara quanto aos limites impostos na contratação dos referidos serviços, que no caso, veda a inclusão de ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS.

Ora, se existe vedação expressa por lei, não há como não se falar em ILEGALIDADE face aos vícios encontrados nesse edital, logo, deve-se punir por sua correção ou mesmo ANULAÇÃO deste processo.

Como comprovação destes equívocos, elencamos abaixo tais comprovações que ferem os ditames da Lei, logo são impossíveis de prosperar:

Mister esclarecer, que para seleção da subcomissão técnica, a qual é prevista na Lei 12.232/2010 será feita mediante **CHAMAMENTO PÚBLICO** anterior ao Processo de Licitação, porém, após pesquisas no Diário Oficial do Estado do Ceará, Diário Oficial da União e Jornais de Circulação Regional, não foram encontradas pela Impugnante publicações acerca da realização de tal processo de seleção, como recomenda o MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO; MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS; 2ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO PATRIMÔNIO PÚBLICO E SOCIAL e o MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL:

RECOMENDAÇÃO CONJUNTA Nº 07/2016 do MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO; MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS; 20 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO PATRIMÔNIO PÚBLICO E SOCIAL e o MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL, no exercício de suas funções Institucionais previstas na Constituição Federal (artigos 127 e 129, inciso II) e na Lei Complementar 75/93 (art. 1º, incisos I, II, alínea "d", e inciso V, alínea "a"), e

(...)

CONSIDERANDO que, entre as peculiaridades criadas pela Lei para a contratação de serviços desta natureza, destaca-se a previsão de participação de duas comissões de julgamento. A primeira, a exemplo do que ocorre com as contratações em geral, referente à comissão permanente ou especial de licitação, com a atribuição de processar e julgar o certame. A segunda, denominada de subcomissão técnica, formada por profissionais com conhecimento na área, que tem por objetivo analisar e julgar as propostas técnicas:

CONSIDERANDO que o art. 10 da Lei nº 12.232/2010 definiu os critérios e procedimentos para a constituição da referida subcomissão técnica, buscando concretizar os princípios da publicidade, transparência e impessoalidade; CONSIDERANDO que a subcomissão técnica será constituída por pelo menos três membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 (um terço) desses profissionais não poderá ter vínculo funcional ou



contratual, direto ou indireto, com o órgão responsável pela licitação;

CONSIDERANDO que a Lei procurou concretizar os princípios da publicidade, transparência e impessoalidade, com a maior participação da sociedade, onde pessoas estranhas à Administração, mas com conhecimento técnico específico na área, pudessem opinar e participar do processo de julgamento;

CONSIDERANDO que a participação da sociedade somente é possível - mediante o chamamento público dos profissionais interessados em participar do processo de julgamento das propostas;

CONSIDERANDO que diversos órgãos e entidades públicas vêm adotando o chamamento público como meio para dar publicidade e convocar os interessados para compor a subcomissão técnica prevista na Lei nº 12.232/2010;

CONSIDERANDO que, sem o chamamento público, a formulação da relação de profissionais e da subcomissão técnica ficaria limitada à Administração, afastando-se do espírito da Lei nº 12.232/2010, pois todos os candidatos teriam sido escolhidos, livremente, pela própria Administração;

(...)

CONSIDERANDO que não houve a realização de prévio chamamento público para formar a relação inicial de profissionais da área, dentre as quais seria realizado o sorteio para seleção dos integrantes da subcomissão técnica, para cumprir os princípios da impessoalidade, transparência e publicidade;

CONSIDERANDO que a indicação direta da Administração das pessoas aptas a participar do sorteio de que trata a Lei nº 12.232/2010, sem a abertura da participação de outros interessados igualmente capazes que preencham os requisitos legais para integrar a respectiva subcomissão técnica fere o princípio da impessoalidade que perpassa o da legislação em referência, tornando o sorteio mera formalidade burocrática;

RESOLVE:

RECOMENDAR ao Chefe da Comunicação Institucional e Interação Social Federal, Luciano Suassuna, e ao Presidente da Comissão Especial de Licitação da Comunicação Institucional e Interação Social que:

1) adotem medidas para anular os atos constitutivos da subcomissão técnica, referida no art. 10 da Lei 12.232/2010 promovendo prévio chamamento público para compor o cadastro de profissionais sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o órgão, garantindo,

assim, a participação ampla da sociedade na escolha da comissão incumbida de avaliar as propostas técnicas

2) como consequência da medida anterior, promova o cancelamento da licitação nº 112015-CIISIDF, suspendendo a abertura dos envelopes das propostas eventualmente apresentadas.

Nesse diapasão fica cada vez mais claro que o processo se encontra maculado, eivado de vícios, desta forma, migrando para ILEGALIDADE, situação em que mais uma vez puno pela correção ou ANULAÇÃO do processo.

Outro absurdo desrespeito à Lei 12.232/2010 no referido Edital é ao versar sobre os procedimentos a serem tomados no certame, tanto na sua forma de realizar, como na ordem cronológica.

O Edital cobra já a apresentação do documento de Habilitação, inclusive como “ENVELOPE 1”, ou seja, o primeiro a ser aberto, só podendo passar para as fases seguintes as empresas “habilitadas”. Uma clara afronta à Lei que rege a contratação desse tipo de serviço, que indica que a fase de habilitação deve ser a última, inclusive com o envelope qualificado para esse intuito só seja apresentado posteriormente pelas empresas com suas propostas técnicas e de preço devidamente classificadas, após a fase recursal. A ilegalidade nesse ponto é visivelmente constatada no Edital, que, além de fazer uma INVERSÃO DE FASES, ainda obriga a apresentação do envelope de habilitação no início do processo. Senão, vejamos:

Edital TOMADA DE PREÇOS 02.001/2019-TP

Item 3.7 - Na data, horário e local indicados no preâmbulo deste Edital a Comissão Permanente de Licitação receberá dos proponentes simultaneamente os três envelopes fechados, sendo:

ENVELOPE 01 - HABILITAÇÃO

ENVELOPE 02 - PROPOSTA TÉCNICA

ENVELOPE 03 - PROPOSTA DE PREÇOS

(...)

3.6.7. Os licitantes que apresentarem documento de habilitação em desacordo com as descrições anteriores **serão eliminados da fase subsequente do processo licitatório.** (DESTACAMOS)

A Lei 12.232/2010 é clara quando versa sobre os procedimentos a serem seguidos:

Lei 12.232/2010 (CAPÍTULO II - DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS)

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

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;

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.

§ 1o No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2o Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1o do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2o do art. 9o desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6o desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do

4.

proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo

X

funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2o e 3o deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2o, 3o e 4o deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

(GRIFOS NOSSOS)

Como podemos ver, o procedimento previsto na lei encontra-se deturpado no Edital, que descumpra o disposto no artigo 5 da mesma, que dispõe que 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**; que 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**; que 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. Ou seja, além da fase de habilitação ser posterior à da análise da proposta técnica e de preços, sendo o envelope apresentado apenas posteriormente pelas licitantes classificadas, a proposta técnica deve ser apresentada em TRÊS ENVELOPES: dois com o Plano de Comunicação Publicitária (sendo um com a VIA IDENTIFICADA e outro com a VIA NÃO IDENTIFICADA), e um com um CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES AO PROPONENTE, como pode-se confirmar nos artigos 8 e 9 supracitados acima.

Logo, é clara a inversão de fases, a omissão de exigência na proposta técnica e a imposição totalmente desconexa com a lei que rege esse tipo de contratação.

4 – DOS PEDIDOS

Por todo exposto e com sustentáculo nos princípios constitucionais e dispositivos legais exaustiva e claramente supramencionados, a Impugnante requer:

- I - Que seja admitida e processada a presente IMPUGNAÇÃO AO EDITAL;
- II – Que seja concedido o EFEITO SUSPENSIVO à presente impugnação na forma acima pretendida e nos termos à legislação vigente, atinentes à matéria, ou mesmo que se decida pela ALUNAÇÃO do certame;
- III – Que seja dado integral provimento à presente impugnação, sanando os vícios apontados e fazendo-se as correções e/ou exclusões ora solicitadas, de mais que acharem necessárias para encontrar conformidade legal;
- IV - Por fim, requer que esta Comissão proceda com a paralisação, adequação e reabertura com novos prazos do certame em epígrafe, sendo promovidas as imperiosas correções e adequações acima requeridas.

Termos em que se pede e espera deferimento.

Tianguá-CE, 18 de junho de 2019.



José Edilson Pinto
Proprietário
CPF: 112.531.183-53

José Edilson Pinto - ME
CNPJ: 07.270.350/0001-17
Rua do Cruzeiro, 3Q02, Tianguá-CE