



DE SOUZA, DAROLT
& COLERE

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURIDICA

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO.

(PROCESSO Nº 24/2022 – TOMADA DE PREÇO Nº 04/2022)

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

FLB PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, CNPJ: 20.770.179/0001-73, já qualificada no processo administrativo, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, apresentar

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interposto pela Licitante Trento Fróes Comunicação Ltda, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

1) DO RECURSO DA TRENTO FRÓES COMUNICAÇÃO LTDA

Conforme o recurso “genérico” da licitante Trento Fróes, a mesma requer a desclassificação da contrarrazoante, sob o seguinte argumento:

“incluiu de forma irregular, extensos detalhamentos acerca do conceito criativo, que dever-se-ia compor o subquesito anterior”

Observa-se, nas vias originais, que estão no setor de licitação que a FLB Publicidade e Propaganda Ltda. cumpriu rigorosamente o certame. Conforme o edital segue os itens:

Raciocínio Básico: **finalidade**, “demonstrará seu entendimento sobre as

(48) 99136-8351 / (48) 99644-7045 / (48) 99941-4612

Rua Raymundo Procópio Nunes, 150, Sala 01,
Bairro Pinheirinho, Criciúma - SC, CEP 88804-445
(em frente ao Fórum Estadual)

dsdcadvogados@gmail.com

informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação”.

Estratégia de Comunicação Publicitária: **finalidade**, explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer.

Ideia Criativa: **finalidade**, desenvolver campanha publicitária.

No subitem a) apresentará relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1; e b) apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

Pois bem.

Tendo em vista que os dois primeiro itens já indica o objetivo que é demonstrar dentro desse subquesto o conjunto total das peças de compõe a ideia criativa, no edital apenas está limitando a quantidade de peças a ser criadas, **NÃO** aponta nenhuma informação que não permita que dentro desse quesito tenha a explicação das peças, visto que o próprio item b do edital diz “apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação”.

E sim, cabe na Ideia Criativa incluir a demonstração da montagem das peças indicando cores e mais detalhamentos, inclusive dois itens a ser avaliado pela comissão técnica conforme demonstrado abaixo principalmente pelos itens a) que é avaliado a sua adequação ao problema e o item d) originalidade da combinação de elementos. De fato, esses itens é possível serem analisados apenas com a breve explicação das peças conforme feito pela licitante FLB Publicidade e Propaganda Ltda.





DE SOUZA, DAROLT
& COLERE

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURIDICA



GOVERNO MUNICIPAL DE
SIDERÓPOLIS
PROMOVENDO TODA A VIDA

7.4.1.3. Idéia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da licitada;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da licitada e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

Portanto, constata-se que a empresa FLB Publicidade e Propaganda Ltda. neste caso foi a única licitante a cumprir de fato o que é pedido no item Ideia Criativa obedeceu rigorosamente as regras, detalhando de forma objetiva as peças que compõem a Ideia Criativa.

Quanto ao erro de digitação de uma única letra, na sigla "IPTU", que ocorreu apenas em três peças de redes sociais (e não se repetiu nas demais peças da campanha), trata-se de algo simples, comum e totalmente sanável. É apelativo, absurdo e até mal intencionado tentar usar isso para questionar desconto em nota ou até desclassificação de uma licitante por isso.

Questionar um julgamento técnico e isento se utilizando de mero erro formal, não é só mais uma tentativa de alguém que perdeu na qualidade técnica de tentar atrapalhar o processo. Tal tentativa fere, acima de tudo, o princípio da proporcionalidade.

Nesta senda, Marçal Justem Filho, in Comentários à lei de licitações e contratos administrativos, 13. ed, p. 76, ao tratar do princípio da proporcionalidade ensina, in verbis:

"O princípio da proporcionalidade restringe o exercício das competências públicas, proibindo o excesso. A medida limite é a

(48) 99136-8351 / (48) 99644-7045 / (48) 99941-4612

Rua Raymundo Procópio Nunes, 150, Sala 01,
Bairro Pinheirinho, Criciúma - SC, CEP 88804-445
(em frente ao Fórum Estadual)

dscadogados@gmail.com



DE SOUZA, DAROLT
& COLERE

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURIDICA

salvaguarda dos interesses públicos e privados em jogo. Incumbe ao Estado adotar a medida menos danosa possível, através da compatibilização entre os interesses sacrificados e aqueles que se pretende proteger. Os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade acarretam a impossibilidade de impor consequências de severidade incompatível com a irrelevância de defeitos. Sob esse ângulo, as exigências da lei ou do Edital devem ser interpretadas como instrumentais."

Evidente, portanto, que eventual erro irrelevante, de natureza formal não devem implicar na exclusão do licitante do certame.

Ademais, o principal objetivo de um procedimento licitatório, como se sabe, é suprir demandas de serviços e bens no preço mais vantajoso possível, atendendo-se, desta forma, o princípio do interesse público.

Impedir, portanto, que um licitante participe ou tenha o objeto licitatório adjudicado por mero erro formal, o chamado **formalismo exacerbado**, pode vir a impedir o cumprimento desta finalidade precípua da licitação.

A desclassificação da empresa licitante deve ocorrer somente quando forem infringidos valores jurídicos relevantes, de modo a comprometer os fins visados e não quando podem ser supridos de forma imediata e sem qualquer prejuízo aos demais participantes e à Administração Pública

Ainda, cumpre asseverar que o afastamento de uma contratação mais vantajosa pelo simples fato de existir um erro formal, no caso em tela, a falta de uma letra, **constitui uma verdadeira violação à ordem jurídica, em especial aos princípios da competitividade, da economicidade e da razoabilidade e proporcionalidade, bem como da eficiência**, afastando-se uma contratação mais vantajosa e onerando os cofres públicos sem qualquer necessidade.

Portanto, no presente caso, tal argumento do recurso apresentado pela licitante Trento Fróes não merece prosperar, visto que, como explicitado acima, um mero erro formal jamais pode ser argumento para a desclassificação de uma licitante.

(48) 99136-8351 / (48) 99644-7045 / (48) 99941-4612

Rua Raymundo Procópio Nunes, 150, Sala 01,
Bairro Pinheirinho, Criciúma - SC, CEP 88804-445
(em frente ao Fórum Estadual)

dscadvogados@gmail.com



DE SOUZA, DAROLT
& COLERE

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURIDICA

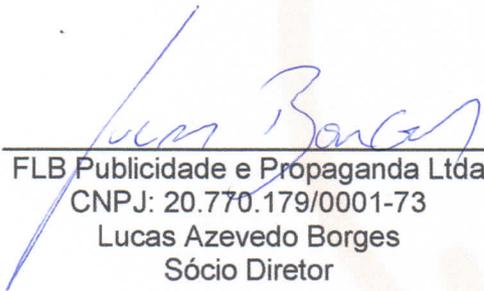
2) DOS PEDIDOS

Em face do acima exposto, a licitante FLB Publicidade e Propaganda Ltda. requer o não provimento do recurso interposto pela licitante Trento Fróes Comunicação Ltda, com a consequente continuação do certame.

Termos em que
Pede deferimento

Criciúma, 19 de maio de 2022.

Diomar Gilberto de Souza Junior
OAB/SC 50071


FLB Publicidade e Propaganda Ltda
CNPJ: 20.770.179/0001-73
Lucas Azevedo Borges
Sócio Diretor