



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

## RESPOSTA À IMPUGNAÇÃO

AO

**SINAPRO – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARANÁ**  
Rua Lamenha Lins, 266 – Cj. 52  
80250-020 – CURITIBA – PR

**Assunto: IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA 001/2019, PROCESSO GIIG Nº 1807/2019.**

**Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.**

Acostou nesta COMISSÃO ESPECIAL PARA PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DE LICITAÇÃO, aos 23 de setembro de 2019, às 15h48min, e-mail do **SINAPRO - SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARANÁ**, solicitando alteração em diversos itens do Edital em referência.

Embora esse **SINDICATO** não tenha manifestado em seu pedido tratar-se de uma impugnação, adotou o rito de tal expediente, ou seja, encaminhou o documento por e-mail e compareceu pessoalmente em 24 de setembro de 2019, por volta das 15h20min, para entregar o original, conforme estabelece o item 7.2 do Edital do certame.

### DA TEMPESTIVIDADE

Tendo em vista que o prazo legal para recebimento de impugnações de até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, por manifestação de qualquer cidadão, considero que restou demonstrada a tempestividade da solicitação, já que a impugnação foi apresentada em 23 de setembro de 2019, às 15h48min, razão pela qual, opino pelo conhecimento da mesma. Esclareço que o item 7.2 do Edital não consignou horário para manifestação por e-mail e, por esta razão, considere o horário comercial brasileiro das 18h00min para acatar a presente impugnação.

### DAS ALEGAÇÕES

Impugnação apresentada pela entidade sindical **SINAPRO - SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARANÁ**, alegando desacordo com as disposições legais, técnicas e operacionais, especialmente em relação à Lei 12.232/2010, com as argumentações contidas nos termos da referida impugnação.



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

## DAS CONSIDERAÇÕES DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Após análise das razões apresentadas pelo impugnante dos termos do Edital, a Comissão Especial de Processamento e Julgamento da Licitação, por seu Presidente e em conjunto com membros da Comissão Douglas Carnaiba Marques dos Santos e Douglas da Silva dos Santos; da Diretoria de Comunicação, Paloma França Triches Schmitt e Nicole Chandoha Camilo Fernandes; da Diretoria de Controle Interno, Camilla Almada de Siqueira Oliveira; e a Assessora Jurídica da Comissão, servidora Josieli Cochinski de Araújo, deliberaram nos seguinte termos:

### 1) DA MENÇÃO NO PREÂMBULO DO EDITAL DE QUE O REGIME DE EMPREITADA NÃO PODE SER “POR PREÇO GLOBAL” E SIM “POR PREÇO UNITÁRIO” – ITEM 1 DA IMPUGNAÇÃO.

Após análise das argumentações contidas no termo de impugnação, da legislação vigente e, principalmente, decisão do TCU (Acórdão nº 1.977/2013 itens 9.1, 9.1.2 e 9.1.3), decidi **ACATAR** a alegação da impugnante e providenciar a alteração do preâmbulo do edital para o Regime de EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, uma vez que o objeto da presente licitação possui uma imprecisão inerente de quantitativos das medições publicitárias a serem executadas, não sendo possível definir no Edital, com boa margem de precisão, as quantidades de serviços a serem posteriormente executados na fase contratual. Por isto, será alterado o Preâmbulo do Edital. Segue abaixo disposição do Acórdão do TCU referidas:

*(Acórdão nº 1.977/2013-Plenário - sublinhamos)*

*9.1. determinar à [...] que oriente às unidades técnicas desta Corte a observarem as seguintes disposições em suas fiscalizações de obras e serviços de engenharia executadas sob o regime de empreitada por preço global, a serem aplicadas de acordo com as circunstâncias de cada caso concreto:*

*[...]*

*9.1.2. os instrumentos convocatórios devem especificar, de forma objetiva, as regras sobre como serão realizadas as medições, a exemplo de pagamentos após cada etapa concluída do empreendimento ou de acordo com o cronograma físico-financeiro da obra, em atendimento ao que dispõe o art. 40, inciso XIV, da Lei 8.666/93;*

*9.1.3. a empreitada por preço global, em regra, em razão de a liquidação de despesas não envolver, necessariamente, a medição unitária dos quantitativos de cada serviço na planilha orçamentária, nos termos do art. 6º, inciso VIII, alínea 'a', da Lei 8.666/93, deve ser adotada quando for possível definir previamente no projeto, com boa margem de precisão, as quantidades dos serviços a serem posteriormente executados na fase contratual; enquanto que a empreitada por preço unitário deve ser preferida nos casos em que os objetos, por sua natureza, possuam uma imprecisão inerente de quantitativos em seus itens orçamentários, como são os casos de reformas de edificação, obras com grandes movimentações de terra e interferências, obras de manutenção rodoviária, dentre outras;*



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

## 2) DA ALEGAÇÃO DE CONTER NO OBJETO DO CERTAME SERVIÇOS NÃO PERMITIDOS PELA LEI 12.232/2010 – ITEM 2 DA IMPUGNAÇÃO.

Após análise da argumentação e do artigo 2º da Lei 12.232/2010, decidi **ACATAR** a alegação da impugnante tendo em vista a vedação constante do § 2º, do artigo 2º da referida lei, que abaixo reproduzo. Por esta razão, será alterado o objeto do Edital e da Minuta do contrato, em conformidade com a 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. (sublinhamos).*

## 3) DA CONVENIÊNCIA DE INCLUSÃO NO ITEM 4.2 DO EDITAL DE ALINEA COMO TEOR “NÃO CERTIFICADAS PELO CENP” – ITEM 3 DA IMPUGNAÇÃO.

Após análise da argumentação do impugnante e das disposições editalícias, está claro com a simples leitura do item 18.2.3, alínea “b” do Edital que serão aceitas empresas certificadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), porém não é possível a participação no certame de Publicidade e Propaganda apenas de empresas com esta certificação, conforme a inclusão deste dispositivo solicita que, por conseguinte, feriria de morte o § 1º do artigo 4º da Lei 12.232/2010, que legisla no sentido de que a certificação técnica pode ser emitida também “**por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda**”. Abaixo reproduzo as referências citadas. Diante disto, **NÃO ACATO** a inclusão do teor apresentado.

### Disposições editalícias acerca do tema - sublinhamos:

#### 18.2.3 - Qualificação Técnica

...

*b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010:*

### Disposições da Lei 12.232/2010, acerca do tema - § 1º do artigo 4º - sublinhamos:

*§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.*



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

## 4) DA RETIRADA DO TRECHO “E DAS SOCIEDADES COOPERATIVAS”– ITEM 4 DA IMPUGNAÇÃO.

Após análise da argumentação técnica do impugnante, das disposições editalícias e da consulta de inúmeros editais da espécie lançados nos últimos anos, bem como as sugestões de modelos de editais do **Secom – Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo Federal** e **Fenapro – Federação das Agências de Propaganda, ACATO** o pedido de retirada das referências à participação de Sociedades Cooperativas no Edital, tendo em vista que pela natureza dos serviços de Publicidade e Propaganda, existe a necessidade de subordinação jurídica entre o prestador de serviço e a contratada, bem como de pessoalidade e habitualidade, considerando, ainda, que, por definição, não existe vínculo de emprego entre as cooperativas e seus associados. Saliento, no entanto, que existe muita controvérsia neste tema e pouco embasamento legal e jurídico para embasar a manutenção da participação de cooperativas no presente certame.

## 5) SOLICITAÇÃO DE ALTERAÇÃO DO ITEM 11.8.1 DO EDITAL, NOS MOLDES DO SUBITEM 11.3.3.3 DO EDITAL E INCLUSÃO DOS TERMOS “SE POSSÍVEL” APÓS “... NÚMERO DO CONTRATO” DO ITEM 11.10.1 DO EDITAL.

Após análise da argumentação técnica do impugnante, das disposições editalícias, da legislação vigente, auxílio da Diretoria de Comunicação desta Casa de Leis e da consulta de inúmeros editais da espécie lançados nos últimos anos, bem como as sugestões de modelos de editais do **Secom – Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo Federal** e **Fenapro – Federação das Agências de Propaganda, ACATO**, em partes a impugnação, da seguinte forma:

- a) **Alteração do item 11.8.1:** Inicialmente, esclarecemos que não é possível reproduzir a redação do subitem 11.3.3.3 para o item 11.8.1, uma vez que o primeiro se refere a exemplo de peças publicitárias para o “subquesto 3 Ideia Criativa do Quesito 1 – Plano de Comunicação – Via Não Identificada”, enquanto que o item 11.8.1 trata do “Quesito 3 – Repertório”, sem vinculação de um com o outro. No entanto, alteraremos o item 11.8.1 do Edital, com o teor abaixo, não exigindo peças determinadas, objetivando maior clareza e inclusão um número maior de licitantes, como é praxe nos editais da espécie:

*11.8.1 A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.*

- b) **Inclusão do termo “se possível” após a expressão “número do contrato” no 11.10.1 do Edital: ACATO** a impugnação apresentada, em homenagem ao artigo 7º da Lei 4.680/65, que abaixo reproduzo. Assim, será acrescentada a expressão “se possível, no item 11.10.1, entre parênteses, após a expressão “número do contrato”.



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

Lei nº 4.680/65 – Artigo 7º - sublinhamos:

Art. 7º Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho, todas do ano de 2001, e registradas no Cartório do 1º Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da cidade de São Paulo, respectivamente sob no 263447, 263446 e 282131.

## 6) SOLICITAÇÃO DE AJUSTES NOS ITENS 10.1, 10.6-INCISO II, 10.8, 10.9, 10.11 E 11.1-INCISO II, DA MINUTA DO CONTRATO – RELACIONADO COM OS DIREITOS AUTORAIS.

Após análise da argumentação técnica do impugnante, das disposições editais, legislação vigente e auxílio técnico da Diretoria de Comunicação desta Casa de Leis, ACATO a impugnação, posto que estas alterações garantirão maior clareza e resguardo dos proprietários dos direitos autorais envolvidos, sem que isto venha gerar vantagens ou desvantagens indevidas à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu (contratante). Diante disto:

- a) **Item 10.1 da Minuta do Contrato** – Será excluída a palavra “contratados”, para que somente a empresa vencedora da licitação possa ceder à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu os direitos que efetivamente lhe pertencerem;
- b) **Item 10.6, Inciso II da Minuta do Contrato** – Será acrescida no final do texto a frase “mediante simples reembolso dos custos”, para melhor clareza do que será necessário pagar para o serviço de cópia de serviço solicitado, em vista de eventual necessidade de tratamento de imagens para viabilizar a sua adequação à mídia compatível com o seu uso;
- c) **Item 10.8 da Minuta do Contrato** – Será acrescida após as palavras “material produzido” a frase “na hipótese de cessão em caráter definitivo”, caso contrário, teria que se utilizar das regras da Lei 9.610/1998, que legisla sobre os Direitos Autorais;
- d) **Item 10.9 da Minuta do Contrato** – Será acrescida no final do texto a frase “desde que obtenha prévia e expressa autorização, por parte dos detentores dos direitos intelectuais sobre os mesmos”, com o objetivo de resguardar o direito autoral dos fornecedores, sem que haja desvantagem para fornecedores, contratado e contratante, nas relações estabelecidas no presente certame;
- e) **Item 10.11 da Minuta do Contrato** – Será acrescida no final do texto a frase “se e quando o autor concordar com essa condição”, com o objetivo de resguardar o



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

direito autoral dos fornecedores, sem que haja desvantagem para fornecedores, contratado e contratante, nas relações estabelecidas no presente certame;

- f) **Item 11.1, Inciso II da Minuta do Contrato** - Será acrescida no final do texto a frase "emitido em nome da contratante", posto ser esta a forma que o mercado publicitário opera em relação à prestação de serviço, fato que se confirma nos diversos Editais publicados pelos mais variados entes públicos da nação brasileira.

Diante destas alterações em que, muitas delas, irão afetar a formulação das propostas, será alterado o Edital da Concorrência nº 001/2019 e designada nova data para apresentação e recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, com o prazo de 45 (quarenta e cinco) dias contados após a última publicação, conforme item 31.11 do Edital.

Foz do Iguaçu (PR), 25 de setembro de 2019.

**Waldecir Francisco Gonçalves dos Santos**  
Presidente da Comissão Especial para Processamento e Julgamento da Licitação

Anexo: Inteiro teor da impugnação, processo Giig nº 1807/2019.

Curitiba, 23 de setembro de 2019.

Processo: **1807/2019**

Requerente: SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - SINAPI

Assunto: Envio de informações

Data: 24/09/2019 13:17

Câmara Municipal de Foz do Iguaçu



Assunto: Edital de Licitação Concorrência nº 001/2019

Prezado Senhor

Waldecir Francisco Gonçalves dos Santos – Presidente da Comissão Especial de Licitação

O Edital em referência foi encaminhado à Assessoria Jurídica da **FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda** – para análise que, sobre ele, se pronunciou nos seguintes termos:

“Analisamos detidamente, o Edital da Concorrência nº 001/2019, instaurada pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, para contratação de uma Agência de Propaganda para prestação de serviços publicitários de seu interesse, e temos sobre ela a considerar:

1. Preâmbulo

1.1. Na quarta linha do preâmbulo, a menção ao regime de empreitada, não pode ser “por preço global”, deve ser “por preço unitário”.

Os serviços publicitários são pagos por unidade e prestados, separadamente, por Agências de Propaganda, Fornecedores de serviços especializados e Veículos de divulgação.

Não se revestem das características típicas do “preço global”.

2. Objeto

2.1. No item 2.1 do Edital, há a descrição dos serviços publicitários que incumbem à Agência executar, e a Agência **SÓ PODE** executar os serviços citados no Art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10 e nenhum outro.

No entanto, não é o que se encontra no texto do item 2.1 do Edital, que mistura serviços publicitários propriamente ditos, com serviços especializados prestados por Fornecedores.

Ao item 2.1 do Edital, deve ser dado a redação abaixo:

*“2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agência de Propaganda, compreendendo o conjunto de atividades, realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão*

FILIADO À FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.”

Comparando o texto supra sugerido com o do Edital, nota-se que foram eliminados os serviços seguintes: “pesquisa”, “produção” e “veiculação”.

Tais serviços foram eliminados porque não são prestados por Agências de Propaganda. Eles são prestados por Fornecedores de serviços especializados e Veículos/demais meios de divulgação, contratados pelas Agências, por ordem e conta da **CONTRATANTE**.

2.2.A redação do subitem 2.1.1 está inadequada. O subitem em causa só pode conter as atividades complementares expressamente fixadas pelo Art. 2º, §1º, incs. I, II e III, da Lei Federal nº 12.232/10.

O subitem 2.1.1 deve ser redigido da seguinte forma:

“2.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no Art. 3º, da Lei nº 12.232/10;
- b) À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

Esclarecemos que o objeto licitado está compreendido, por inteiro, na redação que demos ao item 2.1 e subitem 2.1.1 do Edital.

Não devem ser especificados os serviços neles genericamente contidos, para evitar enquadramento nas vedações contidas no Art. 2º, §2º, da Lei nº 12.232/10.

Por exemplo: os serviços descritos nas alíneas “c”, “d”, “e”, “f” e “g” são vedados à Agência. Se a Câmara quiser contratá-los de modo direto deve licitá-los separadamente.

Tais serviços deveriam ser incluídos no subitem 2.1.2 do Edital.

### 3. Condições de participação

É conveniente incluir no item 4.2, mas uma alínea, com o teor seguinte:

“não certificadas pelo CENP.”

FILIADO À FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



4. Credenciamento de Representantes

4.1. No item 8.8, primeira linha, eliminar o trecho “e das sociedades cooperativas”, pois elas não existem na atividade econômica publicitária, que é de natureza operacional.

5. Apresentação da Proposta Técnica

5.1. Subitem 11.8.1: deve reproduzir a redação conferida ao subitem 11.3.3.3, conforme consta da retificação do Edital, datado de 13/08/19.

5.2. Subitem 11.10.1: na terceira linha, após “... o número do contrato...”, incluir “se possível”, porque nem todo Anunciante celebra contrato para prestação de serviços publicitários. Muitas contratações são verbais e a Lei nº 4.680/65 permite.

6. Anexo IV – Minuta do Contrato

6.1. À Minuta do Contrato aplicam-se as mesmas considerações feitas com relação ao Edital e mais as seguintes:

a) Item 10.1: na quarta linha deve ser eliminada a palavra “contratados”, porque a **CONTRATADA** somente pode ceder à **CONTRATANTE**, os direitos que pertencerem a ela.

A referência a “contratados”, estende à Agência o dever de transferir à **CONTRATANTE**, os direitos pertencentes a fornecedores de serviços especializados, que são por ela contratados, porém por ordem e conta da CONTRATANTE, como previsto no item 2.2 da minuta em análise;

b) Item 10.6, inc. II: ao final do texto é necessário incluir a frase “mediante simples reembolso dos custos”.

Se as imagens brutas forem fornecidas tal qual se encontram, não há custo algum para a Produtora. Porém se as imagens tiverem que ser tratadas para viabilizar sua adequação à mídia compatível com seu uso e destinação há custos que deverão ser reembolsados pela **CONTRATANTE**;

c) Item 10.8: na primeira linha, após “material produzido”, é preciso incluir “na hipótese de cessão em caráter definitivo”. Se não for em caráter definitivo, o material produzido será utilizado dentro das regras da Lei nº 9.610/98;

d) Item 10.9: acrescentar ao final do texto: “desde que obtenha prévia e expressa autorização plena, por parte dos detentores dos direitos intelectuais sobre os mesmos”;

- e) Item 10.11: incluir ao final do texto: "se e quando o autor concordar com essa condição";
- f) Item 11.1, inc. II: após "veículo de divulgação", incluir "emitido em nome da CONTRATANTE".

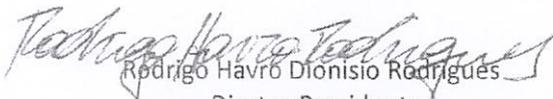
Se não for assim, a **CONTRATANTE** não terá como atender ao disposto no art. 16, caput e parágrafo único, da Lei nº 12.232/10.

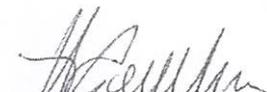
No mais o Edital está bem."

Recomendamos acessar o manual **Descomplicando a elaboração de editais para licitações de serviços publicitários**, no link "Publicações", disponível no site da FENAPRO: [www.fenapro.org.br](http://www.fenapro.org.br)

Permanecemos à disposição.

Atenciosamente,

  
Rodrigo Havro Dionísio Rodrigues  
Diretor-Presidente

  
Helcio José Gelbecke  
Diretor-Secretário

## Ofício Edital Concorrência nº 001/2019 Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

"Sinapro/PR" <sinapro@sinapropr.org.br>

Para: waldecir@fzdoiguacu.pr.leg.br

23 de Setembro de 2019 15:48

Prezado Senhor

Waldecir Francisco Gonçalves dos Santos

Conforme contato prévio, via telefone, o edital em referência foi encaminhado à Assessoria Jurídica da FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda – para análise que, sobre ele, se pronunciou de acordo com o parecer que segue anexado.

Continuamos à disposição para a boa condução do processo licitatório para contratação de serviços publicitários.

Gentileza confirmar recebimento.

Atenciosamente,



NELI LAPICHINSKY  
Sinapro Exec. Ltda

skype: **sinapropr**  
Tel. (41) 3078-4619 | Atendimento: 14h às 18h



Rua Lamenha Lins, 266 - cj. 52 - Centro - 80250-020 - Curitiba - Paraná - www.sinapropr.org.br