



Curitiba, 18 de abril de 2023

Itaipu Binacional
Superintendência de Compras
Divisão de Suporte Técnico (COPT.DF)

Prezados Senhores

Daniele Tassi Simioni Gemael - Superintendente de Compras

Samuel Valiente Claverol - Superintendente Adjunto de Compras

Referente: Concorrência Nacional NF 2182-22

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARANÁ – SINAPRO/PR, entidade sindical, inscrito no CNPJ/ME nº 78.380.714/0001-60, vem respeitosamente na qualidade de representante sindical de licitantes interessadas no presente certame, apresentar

IMPUGNAÇÃO

À **Concorrência Nacional NF 2182-22** cujo objeto é **contratação de Agência de Publicidade** a fim de prover os serviços de publicidade da **Itaipu Binacional**.

DA LEGITIMIDADE DA IMPUGNANTE

Inicialmente, como é de conhecimento da Itaipu Binacional, a Impugnante é entidade sindical patronal representativa das empresas de propaganda. Ou seja, conforme determina seu estatuto social, "*é constituído para fins de (...) defesa e representação*

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapro.org.br

E-mail: sinapro@sinapropr.org.br

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

legal dos interesses econômicos e éticos da categoria na base territorial do Estado do Paraná, conforme estabelece legislação em vigor sobre a matéria, especialmente a Constituição Federal do Brasil, colaborando com os poderes públicos e com as demais associações, (...) buscando a realização da Justiça Social e o Desenvolvimento Nacional, com base nos princípios da liberdade de iniciativa e valorização do trabalho, como condições de dignidade humana.”

Ainda, o próprio Estatuto concede como prerrogativa do Impugnante de “representar, perante as autoridades administrativas e judiciárias, os interesses gerais de sua categoria ou os interesses individuais de seus associados”.

Pelos motivos acima expostos, na qualidade de representante das licitantes, a Impugnante é parte legítima, devendo a presente peça ser processada e julgada nos termos da lei.

DOS FATOS

O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – **SINAPRO/PR**, encaminhou à Federação Nacional das Agências de Propaganda – **FENAPRO**, para análise, o **Caderno de Bases e Condições (CBC) da CONCORRÊNCIA NACIONAL NF 2182-22** através do qual a **ITAIPU BINACIONAL** abriu licitação para contratação de Agência de Publicidade, visando a prestação de serviços publicitários.

Após detida análise em inteiro teor, recebemos as considerações abaixo reproduzidas:

“O **SINAPRO/PR** solicita à **FENAPRO** a análise do “**Caderno de Bases e Condições (CBC) da ITAIPU BINACIONAL – CONCORRÊNCIA NACIONAL NF 2182-22**.”

Passamos a fazer a análise solicitada:

1. Natureza jurídica da ITAIPU

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

1.1. ITAIPU é uma entidade binacional de direito internacional público, instituída por um **TRATADO** celebrado entre o Brasil e o Paraguai em 26/04/1973. Segundo o supra citado **TRATADO**, legalmente aprovado pelos dois países, a licitação que será submetida à análise, rege-se pela Norma Geral de Licitações (**NGL**) da **ITAIPU** e, **no que couber**, pela legislação brasileira.

1.2. Segundo a **NGL**, o pleito licitatório se realiza em 03 (três) etapas:

- (i) julgamento da habilitação;
- (ii) julgamento e classificação das propostas técnicas; e
- (iii) julgamento das propostas comerciais.

1.3. Prestados os esclarecimentos acima, fica estabelecido que, em se tratando da presente licitação da **ITAIPU**, a documentação de habilitação será entregue com as das propostas técnica e comercial, e será julgada antes da abertura das propostas em questão. Para a **ITAIPU**, a regra é esta. (*art. 23, par. único e art. 24 da **NGL***)

1.4. A impugnação, seja por qualquer cidadão, seja por proponente (licitante) interessada na licitação, deverá ser procedida no prazo de até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para a entrega dos envelopes.

2. Regime de contratação da Agência de Publicidade

2.1. Subitem 2.1.4: o **CBC** estabelece, como regime de contratação, o "preço unitário", e **tal regime não existe na legislação brasileira**. O art. 10, inc. II, alínea "b", da Lei nº 8.666/93 menciona o regime de "empreitada por preço unitário", porém o Prof. Marçal Justen Filho, na obra "Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração – Lei nº 12.232/2010", sobre ele assegura:

.....

*"O contrato para serviços de publicidade **não é executado sob regime de empreitada (por preço global ou unitário)**, nem comporta uma estimativa precisa e determinada quanto a um "preço" a ser desembolsado pela Administração". (Ed. Fórum, p. 246, n. 2.4.2)*

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Porém o regime de preço unitário está previsto no art. 14, inc. II da (**NGL**) e não há como contestá-lo. A Norma específica o contempla.

2.2. Subitem 2.2.1: no subitem 2.2.1, está prevista como parte integrante do objeto licitado, a realização de serviços relativos à **Publicidade Legal** dos atos administrativos da **ITAIPU**.

Nem a **NGL** e nem a legislação brasileira (*Decreto nº 6.555, art. 9º, caput*) autorizam a inclusão da publicidade legal, entre os serviços publicitários prestados por intermédio de Agência de Propaganda e Publicidade.

Neste caso, a legislação brasileira deve prevalecer sobre a **NGL**, que é omissa sobre a matéria, enquanto a legislação brasileira dispõe expressamente sobre ela.

2.3. Subitem 2.2.2: com relação a este subitem, aplicam-se ao trecho "...divulgar editais, informes e demais veiculações com valor ou como obrigação legal...", as mesmas considerações tecidas no item 2.2, anterior.

2.4. Subitem 2.3.3, alínea "h": a mencionada alínea deve ser eliminada porque apenas "os estudos, informação, planos e ideias constantes da Proposta Técnica **da proponente vencedora e contratada** é que se tornam públicos e que são transferidos para a **ITAIPU**, podendo ser por ela utilizados.

As Propostas Técnicas das demais proponentes **não se tornam públicas**, e a legislação brasileira **não permite a utilização** de seus conteúdos, a descoberto de prévia e expressa autorização das proponentes às quais elas pertencem (*Lei nº 9.610/98, arts. 28 e 29*).

3. **Elaboração e apresentação da Proposta Técnica**

3.1. Subitem 2.5.1: a Proposta Técnica é composta por 03 (três) invólucros, a saber:

- a. Proposta Técnica – Via não Identificada;
- b. Proposta Técnica – Via Identificada, e
- c. Conjunto de Informações sobre a proponente: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Logo, a Proposta Técnica é composta por 03 (três) Invólucros, e não por 02 (dois) como consta do **CBC**.

O subitem 2.5.1, alínea "a", invólucro B2, **não pode conter** a "Proposta Técnica – Via Identificada" e as "**Outras Informações**" (Capacidade Técnica), **juntas**.

As "Outras Informações" (Capacidade Técnica) são valoradas e se a "Proposta Técnica – Via Identificada" estiver junto a ela, no mesmo invólucro, identificará a "Proposta Técnica – Via não Identificada", e permitirá que a valoração das "Outras Informações" sofra a influência das notas anteriormente atribuídas. A **NGL não dispõe** sobre a matéria e o Brasil **tem legislação expressa sobre ela** (Lei nº 12.232/2010, arts. 6º, inc. III; 9º; 11, §4º, incs. II, V, VII, al. "a", "b" e "c").

Recomendamos acessar o link: <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-publicidade> e verificar como deve ser a apresentação da Proposta Técnica. Todo o tópico 2.5 deve ser refeito.

Se não o for, conduzirá a um resultado viciado.

4. **Recebimento da Documentação para Habilitação e Propostas Técnica e Comercial**

4.1. Subitem 2.8.1: necessita revisão total em razão do retro considerado. O mesmo deverá ocorrer com relação ao subitem 2.8.8, porque o invólucro B2 permanecerá fechado até a sessão pública para apreciação das valorações e classificação da Proposta Técnica. Mas o invólucro B3 será aberto na mesma sessão que o invólucro B1, e valorado após a Proposta Criativa – Via não Identificada.

Somente após a valoração da "Proposta Criativa – Via não Identificada" e das "Outras Informações" (Capacidade Técnica) é que deve ser aberto o invólucro B2, contendo a "Proposta Criativa – Via Identificada".

Estas considerações aplicam-se também ao subitem 2.8.8. do **CBC**.

5. Julgamento da Habilitação

5.1. Subitem 2.9.2, incs. III e IV: a Norma Geral de Licitação (**NGL**) da **ITAIPU**, não cuida da matéria e, portanto aplica-se a legislação brasileira com normas explícitas a respeito da mesma.

Com efeito, o art. 31 da Lei nº 8.666/93, consolidada, cuja vigência foi prorrogada até 29/12/2023, dispõe:

"Art. 31 – A documentação relativa à qualificação econômico-financeira limitar-se-á:

.....

§5º - A comprovação da boa situação da empresa será feita de forma objetiva, através do cálculo de índices contábeis previstos no edital e devidamente justificados no processo administrativo da licitação que tenha dado início ao certame licitatório, vedada a exigência de índices e valores não usualmente adotados para a correta avaliação de situação financeira suficiente ao cumprimento das obrigações decorrentes da licitação."

Assim, a legislação brasileira prevê, em se tratando de atividade econômica intermediária, para aferir a saúde econômico-financeira das proponentes, a adoção dos seguintes índices contábeis:

- $\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}$

$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$

- $\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}$

$\frac{\text{Passivo Circulante}}$

- $\text{Solvência Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}$

$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$

Todos os índices terão que ser maior que um:

(>01).

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Não se aplica à atividade econômica publicitária o índice de "Endividamento do Patrimônio Líquido", dado sua natureza intermediária.

Quanto ao "Autofinanciamento do Ativo Permanente", a legislação brasileira não prevê a adoção de índice semelhante, em se tratando de atividade de comunicação publicitária.

Todo o tópico relativo ao "Julgamento da Habilitação" precisa ser revisto face às leis brasileiras.

6. Abertura das Propostas Técnicas

6.1. Subitem 2.10.1: na sessão pública de abertura das Propostas Técnicas, deverão ser abertos 02 (dois) invólucros: o "B1" e o "B3" este último contendo, **exclusivamente**, os documentos relativos à "Capacidade de Atendimento" (Capacidade Técnica), ao "Repertório" e a "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação".

Os invólucros "B2" contendo cópia da Proposta Criativa – Via Identificada é que permanecerão guardados, indevassados, como dispõe o subitem 2.10.2 do **CBC**.

Todo o tópico acima precisa ser revisto face às disposições da Lei nº 12.232/10, pois a "Proposta Criativa – Via não Identificada", com o critério adotado, está sendo claramente identificada, o que, por si só, promoverá a anulação do pleito.

Acesse o link <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-publicidade> e constatare como deve ser feito o julgamento das Propostas Técnicas – Via não Identificada e Via Identificada, aliás, esta última nem julgada é.

7. Julgamento das Propostas Técnicas Identificadas

7.1. Subitem 2.13.2, inc. V: o texto deve terminar ao final da segunda linha da alínea "a". Devem ser eliminadas as exigências relativas a "Critérios objetivos de natureza declaratória", porque implica na valoração dos Clientes,

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

e está equivocado: quem deve ser valorada é a proponente e não seus Clientes.

Nem a Petrobras com verba superior a R\$ 400 milhões anuais, insere em seus editais exigências tão esdrúxulas.

A alínea "b" pode ser inserida como se encontra, exceção feita ao tempo de experiência na função; à comprovação do tempo declarado; e formação acadêmica, porque a atividade publicitária é de natureza artística, técnica e metodológica, pouco importando que os profissionais tenham nível superior ou sejam pós-graduados.

O critério adotado pontuando os profissionais de modo objetivo, só servirá para afastar da licitação, boas Agências da região.

A mesma inadequação é encontrada na alínea "c". De nada adianta listar equipamentos de informática se as proponentes não necessitarem deles para a realização dos serviços objetivados pela licitação.

Para atender a um contrato com verba estimada de R\$ 16 milhões, nenhuma Agência necessitará de 10 (dez) computadores desktop ou notebook na plataforma Macintosh! É um exagero.

Acesse o link <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-publicidade> e veja o patamar ideal para tais exigências.

A presente licitação objetiva selecionar e contratar a melhor proposta técnica, criada pela melhor das proponentes... e não uma empresa de TI!

Na alínea "a" somente a subalínea "c.3" mostra-se razoável. As demais são totalmente inadequadas e desprovidas de fundamento.

As alíneas "d" e "e", se apresentadas apenas as exigências delas constantes, poderão ser mantidas, eliminadas as subalíneas que as acompanham, assim como a pontuação.

Observação: se a etapa de Habilitação fosse inserida após o julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, como a *Lei nº 12.232/10* contempla e a **NGL** autoriza (*art. 23, parágrafo único*), todos os exageros retro apontados estariam eliminados.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

7.2. Subitem 2.1.3.3: na 1ª linha, **ao invés de** "Proposta Técnica Identificada", **deve ser** "Outras Informações sobre a Proponente: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação".

A qualificação "identificada" só deve ser empregada, especificamente, em relação à "Proposta Criativa Identificada", nos termos do CBC.

7.3. Subitem 2.13.8: alínea "c", **eliminando a alínea "a"** porque colocada incorretamente, abaixo do inciso IV: **ao invés de** "Proposta Criativa Não Identificada – Capacidade Técnica", **deve ser** "Proposta Técnica – Capacidade Técnica".

A Capacidade Técnica não integra a "Proposta Criativa não Identificada": porque a Capacidade Técnica é identificada...

8. Recurso Administrativo

8.1. Subitem 2.18.1, alínea b): no parêntese, **eliminar** "... e identificadas – B2). **A Proposta Técnica – Via Identificada não é julgada; não é valorada. Ela serve apenas para identificar a autoria da "Proposta Técnica – Via não Identificada".**

9. Anexo II – Documentação para Habilitação

9.1. Item 1.1: o **CRC** com enquadramento no Código 621508, **deve ser eliminado**, porque limita-se à divulgação, e o **CBC** descreve, em seu subitem 2.2.2, um objeto amplo, que ultrapassa limite tão restrito.

9.2. Item 1.4, alínea "b", inc. VII: nas duas linhas finais: **ao invés de** "... sem que lhe caiba nenhum ônus perante os titulares desses direitos", **deve ser** "... mediante reembolso dos custos envolvidos", ou, alternativamente acréscimo da frase "exceto com relação a material bruto que deva ser entregue apto à divulgação no meio solicitado".

9.3. Item 2.4, alínea "a": na primeira linha, **a designação correta do "Certificado" é "Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento"**.

O "Certificado" mencionado na alínea "a" do item 2.4 do Anexo II, **não existe**.

9.4. Item 2.4, alínea "b", inc. i): ao final do texto, **acrescentar "ressalvados os direitos de terceiros"**.

A Agência que for contratada só poderá ceder "Direitos Autorais" de sua titularidade, e ela não possui 100% dos citados direitos sobre nenhum dos materiais/peças citados.

10. Anexo III – Requisitos para elaboração da

Proposta Técnica

10.1. Alínea "A", 3º parágrafo: o texto precisa ser revisto. A "Proposta Criativa Identificada" é somente **uma cópia da "Proposta Criativa – Via não Identificada"**, sem as peças da Ideia Criativa, **e nada mais**.

Ela deve ser inserida em um invólucro único. Não deve estar no mesmo invólucro que a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções, conforme dispõe o art. 8º, da Lei nº 12.232/10.

10.2. Formatação Técnica, inc. III, Obs.: eliminar a frase "... mas tão somente os materiais listados nas letras "a" e "b" acima".

Os materiais indicados nas letras "a" e "b", correspondem a "1 (um) roteiro de comercial para televisão de 30" (segundos); e 1 (um) roteiro de comercial ou letra de jingle para rádio (spot – 30")." E tais materiais não podem e nem devem ser apresentados produzidos ou finalizados, segundo o próprio **CBC** que, em parágrafo anterior, dispõe:

"Apresentação dos materiais para rádio e TV, por meio de textos (roteiros), cada um impresso em uma única página, somente no anverso (parte da frente) de papel formato A4, branco alcalino 75g/m2, em fonte Trebuchet, cor preta, corpo 12 e entrelinhas "simples";"

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

11. Anexo VII – Minuta de Contrato

11.1. Aplicam-se ao Anexo VII, todas as considerações anteriormente feitas e a ele aplicáveis, **e mais:**

a. **Cláusula 6ª:** a redação é inadequada. Dar a ela a seguinte redação:

“Cláusula 6ª – Para a prestação dos serviços que lhe são afetos, a CONTRATADA alocará todos os profissionais e equipamentos necessários à consecução dos mesmos, obrigando-se a:”

b. **Cláusula 6ª, inc. IX:** a redação está confusa. Corrigir para:

“IX) negociar sempre as melhores condições de preços, até os percentuais máximos para os direitos autorais sobre obras consagradas e direitos de imagem e som de voz, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da ITAIPU.”

c. **Cláusula 6ª, inc. XIX: eliminar** o inciso XIX. O contrato refere-se à prestação de serviços intelectuais de natureza artística, técnica e metodológica.

A cláusula inserida no inc. XIX, é própria de contratos de fornecimento de mão-de-obra.

Não é o caso.

d. **Cláusula 6ª, inc. XXII:** na 3ª linha, **eliminar** “... ou na Lei 5250/67 – Lei de Imprensa...” porque não se aplica a serviços publicitários.

e. **Cláusula 6ª, inc. XXX: eliminar o trecho** “... do Acordo Administrativo de Prestação de Serviços Médicos, de 8 de janeiro de 1975; do Acordo Administrativo Complementar sobre Higiene e Segurança do Trabalho, de 8 de janeiro de 1975...” pois são inaplicáveis ao presente contrato.

f. **Cláusula 6ª, §1º:** na 4ª linha, **ao invés de** “... às expensas da CONTRATADA...”, **deve ser** “... sem ônus para a CONTRATANTE...”. Aplica-se o mesmo à Cláusula 14, §2º, deste Anexo.

g. **Cláusula 9ª:** ao final do texto, **incluir:** “ressalvados os direitos de terceiros”, como já esclarecido anteriormente.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

- h. **Cláusula 21, §2º:** na 3ª linha, **após** "... veículo de divulgação..." **incluir** "em nome da ITAIPU" (*Acórdão 699/2022 – TCU – Plenário*).
- i. **Cláusula 49, caput:** na 3ª linha, **após** "... objeto deste CONTRATO..." **incluir** "e relacionados com os serviços por ela prestados".

Necessário lembrar que a **CONTRATADA** só responde pelos impostos, taxas e contribuições vigentes no Brasil, incidentes sobre os valores por ela recebidos em razão dos serviços que lhe são afetos.

Os terceiros – Fornecedores e Veículos – assumem integral responsabilidade sobre os serviços por eles prestados e sobre os valores a eles relativos."

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Atenciosamente

Assinado

D4Sign

Helcio José Gelbecke
Diretor-Secretário

Os documentos abaixo serão encaminhados à parte, via WeTransfer, para o endereço eletrônico compras_suporte@itaipu.gov.br:

- Estatuto Social do Sinapro/PR.
- Ata de eleição.
- Ata de prorrogação de mandato.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Site: www.sinapro.org.br

E-mail: sinapro@sinapropr.org.br

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

Impugnação Itaipu Binacional Concorrência Nacional NF 2182-22 pdf

Código do documento f53086ce-3666-4b89-a1ff-7d032ddb5d7b



Assinaturas



Helcio Jose Gelbecke
atendimentofontepublicidade@gmail.com
Assinou

Helcio Jose Gelbecke

Eventos do documento

18 Apr 2023, 10:59:35

Documento f53086ce-3666-4b89-a1ff-7d032ddb5d7b **criado** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email: sinapro@sinapropr.org.br. - DATE_ATOM: 2023-04-18T10:59:35-03:00

18 Apr 2023, 11:05:54

Assinaturas **iniciadas** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email: sinapro@sinapropr.org.br. - DATE_ATOM: 2023-04-18T11:05:54-03:00

18 Apr 2023, 11:33:29

HELICIO JOSE GELBECKE **Assinou** - Email: atendimentofontepublicidade@gmail.com - IP: 131.255.237.238 (238.237.255.131.static.horizonstelecom.com.br porta: 4992) - Documento de identificação informado: 457.047.839-53 - DATE_ATOM: 2023-04-18T11:33:29-03:00

Hash do documento original

(SHA256): 8791ec33a4106d3f40976cad914ad189035216f1fd6c33fcfdb9cc5098c1f3af

(SHA512): 0e53bd0631d6fcd993fc55992e05ad02cdbe8ee1699d99dd5b22ae293eefa086cab1572c058b264803b1b34488f0bb961e23dd41b9bd26a15ab0bfbe6d4c33

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign