

Excelentíssimo Senhor Presidente do Egrégio Tribunal de Contas do Estado do Paraná

**Blancolima Comunicação e Marketing Eireli**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0001-30, com sede na cidade de Cascavel/PR, Rua Presidente Kennedy, nº 2802, bairro Coqueiral, CEP 85.807-080, por meio de seu advogado<sup>1</sup>, vem respeitosamente à presença de Vossa Excelência, com amparo no art. 113 da Lei 8.666/93 e art. 30 e seguintes da Lei Orgânica do Tribunal de Contas do Paraná (TCE/PR), apresentar

**REPRESENTAÇÃO DA LEI Nº 8.666/93, COM PEDIDO DE MEDIDA CAUTELAR**

em face de ilegalidades ocorridas no âmbito da Concorrência nº 02/2023, promovida pelo **Município de Laranjeiras do Sul**, conforme passa a expor.

**1. Breve Síntese**

O Município de Laranjeiras do Sul instaurou uma Concorrência, sob nº 02/2023<sup>2</sup>, visando à contratação de 01 (uma) **agência de propaganda** para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a veículos de divulgação, visando atingir públicos de interesse.

---

<sup>1</sup> Doc. 01 – Procuração, contrato social e documento pessoal

<sup>2</sup> Doc. 02 – Edital da Concorrência nº 02/2023-PMLS

Em 22/05/2023 ocorreu a primeira sessão pública, na qual compareceram quatro licitantes<sup>3</sup>, conforme descrito em ata<sup>4</sup>. No dia 17/07/23, ocorreu a segunda sessão pública<sup>5</sup> para identificar as autorias das propostas técnicas e divulgar o resultado do julgamento da Subcomissão Técnica<sup>6</sup>, apresentando a seguinte pontuação geral e classificação:

Pontuação geral:				
PONTUAÇÃO FINAL				
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final	Classificação
BEBOP	44,03	14,56	58,59	3º
BLANCO LIMA	43,9	14,9	58,8	2º
CASA DA COMUNICAÇÃO	44,8	14,96	59,76	1º
LUCAS SERAPIO	42,16	13,5	55,66	4º

Após a divulgação do resultado, a ora Representante identificou irregularidades no julgamento das propostas e interpôs recurso e contrarrazões<sup>7</sup>. Contudo, a Subcomissão Técnica decidiu negar provimento ao recurso e manter integralmente o seu julgamento<sup>8</sup>, o que foi ratificado pela Procuradoria Jurídica e pelo Prefeito<sup>9</sup>.

Agindo assim, o Município violou o edital e forneceu mais um elemento para reforçar o entendimento da Representante de que há indícios de favorecimento à agência classificada provisoriamente em primeiro lugar (*Casa da Comunicação SS Ltda.*).

Assim, esta Representação tem por finalidade demonstrar ao TCE/PR que:

- a) a Casa da Comunicação SS Ltda. cometeu erros graves e deveria ter sido desclassificada, ou, ao menos, ter sua nota reduzida de maneira significativa;
- b) há indícios de favorecimento à agência Casa da Comunicação SS Ltda.

Os pontos descritos acima serão detalhados adiante.

<sup>3</sup> Blancolima Comunicação e Marketing Eireli, Lucas Serapio Ferreira ME, Casa da Comunicação SS Ltda. e Samuel Kruk Comunicação Eireli.

<sup>4</sup> Doc. 03 – Ata da 1ª sessão pública

<sup>5</sup> Doc. 04 – Ata da 2ª sessão pública

<sup>6</sup> Doc. 05 e 06 – Atas e planilhas das análises da Subcomissão Técnica – Envelopes 01 e 03, respectivamente

<sup>7</sup> Doc. 07 – Recurso e Contrarrazões pela Representante – Blancolima; e Contrarrazões pela Casa da Com.

<sup>8</sup> Doc. 08 – Resposta da Subcomissão ao Recurso

<sup>9</sup> Doc. 09 – Parecer Jurídico e Decisão do Prefeito

## 2. Necessária desclassificação da agência Casa da Comunicação SS Ltda.

No recurso administrativo foram apontadas irregularidades na proposta técnica da Casa da Comunicação SS Ltda. que deveriam resultar em sua desclassificação do certame. No entanto, a Subcomissão Técnica inaceitavelmente tolerou as falhas e sequer reduziu a nota daquela licitante.

Vale lembrar que já na primeira sessão pública a Blancolima pediu para que constasse em ata e fosse alertada a Subcomissão para observar o item 7.2 do edital, pois havia notado desde logo que uma licitante deixara de atender aspectos obrigatórios de formatação da proposta.

Assim estabelece o item 7.2 do edital (grifos nossos):

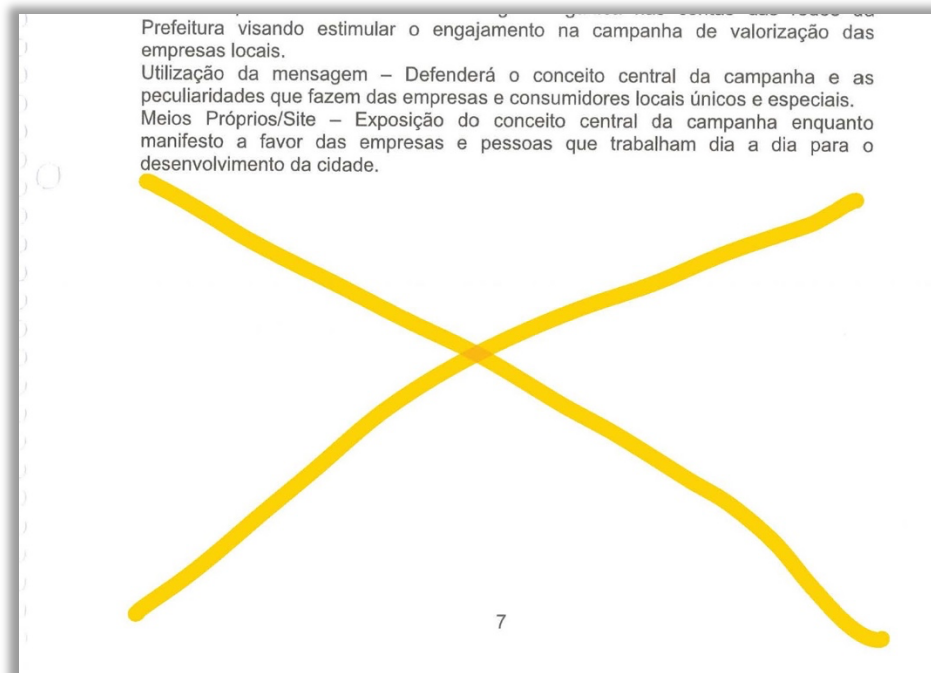
- 7.2. Quesito 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação a licitante **deverá** levar em consideração as seguintes orientações:
- a) caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
  - b) sem capa e contracapa.
  - c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea “c2” do item 7.2.2. deste Edital;
  - d) espaçamentos de 3 cm nas margens esquerda e superior e 2 cm nas margens direita e inferior, a partir das respectivas bordas, com tolerância de 10% para mais ou para menos em razão de diferenças técnicas que podem ocorrer no momento da impressão;
  - e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
  - f) com espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, **sem espaçamento entre títulos, subtítulos e/ou subitens;**
  - g) **títulos, subtítulos e/ou subitens devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior,** respeitando-se todas as determinações do item 7.2.
  - h) alinhamento justificado do texto;
  - i) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor preta, estilo normal, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 7.2.1, 7.2.2 e 7.2.3 deste Edital;
  - j) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de texto, a partir da primeira página, em algarismos arábicos;
  - k) **sem uso de negrito em nenhuma parte do texto;**
  - l) **sem uso de palavras ou frases em caixa-alta em nenhuma parte do documento,** com exceção de possíveis abreviações ou nomes próprios que possuem sua composição em letras maiúsculas. Exemplo: CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

As irregularidades consistem basicamente em (todas apontadas no recurso):

- a) Formatação da proposta em desacordo com o edital, notadamente quanto ao espaçamento entre títulos e subtítulos e uso indevido de negrito e caixa-alta;
- b) Falta de especificação do período da campanha.

## 2.1. Formatação em desacordo com edital – espaçamento, negrito e caixa-alta

Nas fls. 07 do Plano de Comunicação<sup>10</sup>, ao finalizar a Estratégia de Comunicação, a proposta apresentou um espaçamento em desconformidade com o edital. O item 7.2.f é claro ao estabelecer que o espaçamento entre todas as linhas do documento deve ser "simples", sem espaçamento entre títulos, subtítulos e/ou subitens. Além disso, o item 7.2.g determina que os títulos, subtítulos e/ou subitens devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior, o que não foi cumprido. Veja-se:



Tal inconformidade foi reportada à Subcomissão e CPL tanto no recurso desta Representante como no recurso de outro licitante, a agência Lucas Serapio Ferreira ME, mas ambos foram ignorados.

<sup>10</sup> Proposta Técnica da Casa da Comunicação – Envelope 1 – Plano de Comunicação

Em resposta, a Subcomissão empregou uma interpretação bastante distorcida do edital para manter as notas incólumes, alegando que a mudança de “quesito” é diferente de “títulos, subtítulos ou subitens”, e que tratar-se-ia de mero erro formal sem relevância ao processo.

Quanto ao uso indevido de negrito e caixa-alta, demonstrados às fls. 6 a 8 do Recurso Administrativo (doc. 07.1), a Subcomissão acolheu o argumento da *Casa da Comunicação* no sentido de que o item 7.2.3 do edital autorizaria o uso de tais recursos. Contudo, tal entendimento não deve prosperar. Veja-se o item:

7.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos habitualmente usados nesses documentos;
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

Nota-se que o dispositivo excetua fontes, tamanhos e permite qualquer tipo de formatação **de margem**, mas não autoriza uso de negrito e caixa-alta nos quadros e tabelas. Novamente, a Subcomissão distorceu o texto do edital para proteger o seu julgamento, evitando rever a classificação ou notas atribuídas à *Casa da Comunicação*.

Desta forma, além dessas falhas passarem inicialmente despercebidas pela Subcomissão na análise das propostas, mesmo após serem alertados das inconformidades decidiram manter a posição original, o que é injustificável.

Nesse sentido, é fundamental destacar que, embora nas licitações comuns o princípio do formalismo moderado prepondere, nas licitações para serviços de publicidade, pelas suas peculiaridades, referido princípio perde força.

O que se afirma é corroborado pelo entendimento do próprio TCE/PR - Tribunal de Contas do Paraná, nos termos do Acórdão nº 2773/19-TP:

(...)

Conquanto o princípio do formalismo moderado possa ser aplicado na esfera Administrativa, inclusive em determinadas situações relacionadas à certames licitatórios, é de se observar que **no caso dos contratos de publicidade, firmados por meio de agências de propaganda, o formalismo ganha especial destaque em razão das peculiaridades trazidas por lei específica**. Consoante destacado pela unidade técnica, a partir do momento em que a Subcomissão Técnica aceita propostas fora dos padrões fixados no edital **a lisura do certame fica comprometida em razão da possibilidade de identificação das propostas, situação que a lei pretende coibir**.

Por tais motivos, **inaceitável a justificativa dos representados de que erros formais de recuo, paginação etc. são questões de “somenos importância”**, haja vista que qualquer proposta fora dos critérios formais importa em desclassificação pelo potencial risco de identificação das propostas.

(...)

A Representante até compreenderia a Subcomissão caso a preocupação fosse apenas de não desclassificar a licitante Casa da Comunicação. De fato, é possível ponderar no sentido de que as falhas não seriam graves o suficiente para ocorrer a desclassificação – o que se admite para argumentar.

Contudo, a Subcomissão **ao menos deveria aplicar redução de nota** à licitante em face dos erros cometidos, o que não ocorreu, fato que permite suspeitar de proteção à Casa da Comunicação, agência que é a atual contratada do Município.

## 2.2. Período da campanha

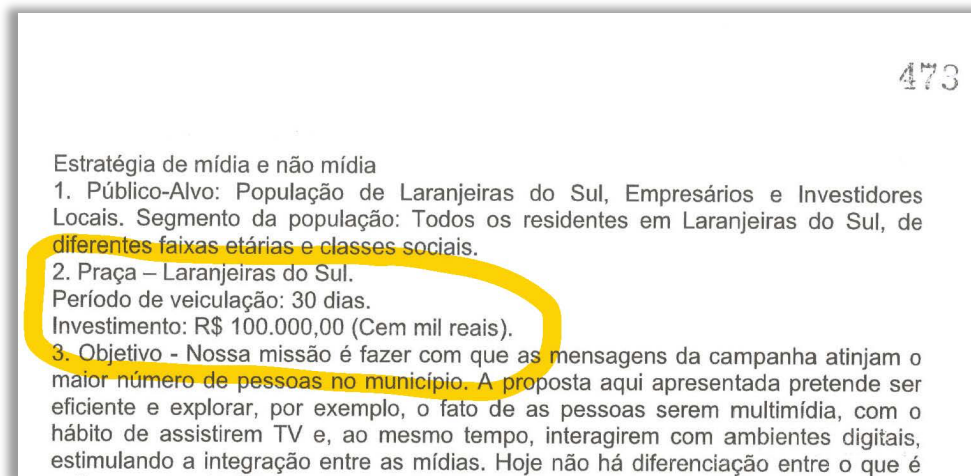
A Casa da Comunicação SS Ltda. não especificou o período e o mês de veiculação de sua campanha simulada no Plano de Comunicação, limitando-se a citar apenas **“30 dias”**, violando o estabelecido nos itens 7.3.4.b e 7.3.4.c do edital, que exigem a indicação dos **"períodos de veiculação"**. Veja-se:

7.3.4. **Subquestão 04 – Estratégia de Mídia e Não Mídia** – Constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

[...]

- b) *tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, **dos formatos e períodos de veiculação**, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;*
- c) *plano de mídia: composto por planilha de programação das inserções, contendo os valores por veículos de divulgação, formatação das peças, **períodos de veiculação**, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos, e demais informações que a agência julgar relevantes;*

Trecho da proposta da Casa da Comunicação que comprova a inconformidade:



Cabe enfatizar que “período” é o tempo decorrido entre dois acontecimentos ou **duas datas**<sup>11</sup>, ou **intervalo de tempo entre duas datas**<sup>12</sup>. Ao citar somente “30 dias” sem especificar a data inicial e final de veiculação, a Casa da Comunicação descumpriu o edital, fato que foi novamente tolerado pela Subcomissão de forma complacente.

Ocorreram ainda outras falhas que foram apontadas no Recurso Administrativo e relevadas pela Subcomissão, mas que não serão abordadas detalhadamente nesta peça em homenagem à objetividade, tais como:

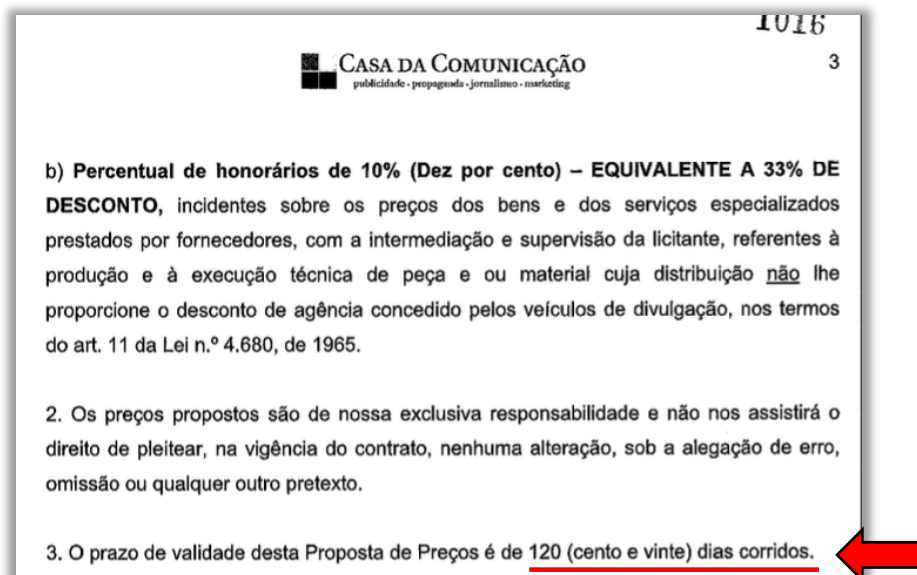
- a) deixar de respeitar o calendário nacional de exibição da Central de Outdoor;
- b) discrepância nos valores da Rádio Educadora e da Revista I9; e
- c) extrapolação do valor máximo previsto para a campanha simulada.

<sup>11</sup> <https://dicionario.priberam.org/período>

<sup>12</sup> <https://www.lexico.pt/periodo/>

Em resumo, por diversas vezes a *Casa da Comunicação* desatendeu de maneira clamorosa o edital de licitação e contou com a complacência da Subcomissão Técnica e da CPL, que fizeram vistas grossas e deixaram de desclassificá-la, ou ao menos de reduzir suas notas de forma significativa. Pelo contrário, a agência recebeu notas injustificadamente superiores à de seus concorrentes.

Aliás, na abertura das propostas de preços, novamente a *Casa* cometeu erro, ao atribuir validade de 120 dias em sua proposta de preços<sup>13</sup>, quando o item 10.3 do edital estabelece claramente que a proposta deve ter validade de 60 dias. Uma vez mais, a falha passou despercebida, como foi de praxe neste certame. Veja-se:



Assim estabelece o item 10.3 do edital:

10.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

Logo, há indícios de favorecimento à licitante *Casa da Comunicação SS Ltda.*, pela conduta de não a desclassificar da licitação ou, ao menos, de não aplicar descontos nas notas (conforme detalhado acima). Tal comportamento dos julgadores sugere proteção à empresa ou uma tolerância desarrazoada e injustificável.

<sup>13</sup> Doc. 11 – Proposta Comercial / de preços da Casa da Comunicação



Agindo assim, a Subcomissão e a CPL violaram os princípios da isonomia, da impessoalidade e da vinculação ao instrumento convocatório, previsto expressamente nos artigos 3º e 41 da Lei nº 8.666/93:

Art. 3º A licitação destina-se a **garantir a observância do princípio constitucional da isonomia**, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e **será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios** básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, **da vinculação ao instrumento convocatório**, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos. – g.n.

Art. 41. A Administração **não pode descumprir as normas e condições do edital**, ao qual se acha **estritamente vinculada**. – g.n.

Ante todo o exposto, não restou alternativa à Blancolima senão apresentar esta Representação perante o E. TCE/PR.

### 3. Da medida cautelar

A situação é grave e pode ser verificada de plano, razão pela qual a Representante sustenta que deve ser aplicada a medida cautelar prevista no artigo 53 da Lei Orgânica do TCE/PR, que assim estabelece:

Art. 53. O Tribunal poderá determinar a aplicação de medidas cautelares, **quando houver receio de que o responsável possa agravar a lesão ou tornar difícil ou impossível a sua reparação**, nos termos do Regimento Interno. [...]

§ 2º As medidas cautelares referidas no caput são as seguintes: [...]

IV – **outras medidas inominadas de caráter urgente**.

§ 3º São legitimados para requerer medida cautelar:

II – **as partes**; *grifado*

A probabilidade do direito (*fumus boni iuris*) está presente na medida em que, além da verossimilhança das alegações, foram **comprovadas as irregularidades** no julgamento do certame por parte da Subcomissão Técnica, de modo a subtrair a lisura e legalidade do resultado parcial.

O perigo da demora (*periculum in mora*) reside na iminente homologação do certame e celebração de contrato, já que a 3ª sessão pública<sup>14</sup>, destinada à abertura das propostas de preços, já ocorreu no dia 21/09/2023. Tal situação, se concretizada, resultará na contratação de serviços por meio de uma licitação eivada de vícios, que viola a lei e fere princípios da administração pública.

Daí a urgência, para evitar a consolidação de atos ilegais iminentes, tais como homologação, adjudicação do objeto e contratação de empresa, o que justifica a concessão de cautelar para o fim de suspender o certame até o julgamento do mérito, mesmo porque a suspensão cautelar do certame não trará qualquer prejuízo aos munícipes.

#### 4. Dos pedidos

Ante todo o exposto, requer seja:

- a) autuada, registrada e apreciada com urgência a presente Representação;
- b) **concedida a medida cautelar, inaudita altera parte, para o fim de suspender a Concorrência nº 02/2023**, promovida pelo Município de Laranjeiras do Sul, no estado em que se encontrar, até a decisão final;
- c) No mérito, o provimento da Representação para o fim de **determinar ao Município que desclassifique a licitante Casa da Comunicação SS Ltda., ou, alternativamente, que determine à Subcomissão Técnica a reavaliação das notas atribuídas**, ou ainda que o próprio TCE/PR declare a desclassificação da referida licitante.

Nestes termos, pede deferimento.

Curitiba/PR, 24 de setembro de 2023.

*assinado eletronicamente*

**Alisson Ramos da Luz**  
Advogado OAB/PR 106440

---

<sup>14</sup> Doc. 12 – Ata da 3ª Sessão Pública