

RECURSO ADMINISTRATIVO

De: Atendimento Conteudo Estrategico (atendimento@conteudoestrategico.com.br)

Para: licitacaopedreira@yahoo.com.br

Cc: comercial@lordsservice.com.br

Data: quarta-feira, 1 de dezembro de 2021 14:30 BRT

Boa tarde.
Segue recurso administrativo para protocolo.
Favor acusar recebimento.

Atenciosamente;

Fernanda Gaiotto Machado
11-986296875

Em qua., 1 de dez. de 2021 às 09:44, licitacaopedreira <licitacaopedreira@yahoo.com.br> escreveu:

Bom dia!

E-mail recebido!

DA QUESTÃO: Podemos enviar RECURSO ADMINISTRATIVO com assinatura digital do representante legal via e-mail?

A resposta é **sim**, de acordo com o subitem 21.1.1. do edital.

21.1.1 O recurso também pode ser encaminhado ao e-mail licitacaopedreira@yahoo.com.br até as 23h 59min 59s do último dia de prazo que será mencionado na ata da sessão pública.

At.te,

Bruno Henrique de Almeida
CHEFE DA DIVISÃO DE LICITAÇÕES
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES (COPEL)
PREGOEIRO
Depto. de Licitações, Contratos e Aditivos
PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
FONE: (19) 3893-3522
RAMAIS: 215, 217 e 260
licitacaopedreira@yahoo.com.br

Em quarta-feira, 1 de dezembro de 2021 09:37:39 BRT, Atendimento Conteudo Estrategico <atendimento@conteudoestrategico.com.br> escreveu:

Bom dia.

Eu Fernanda Gaiotto Machado, representante legal da empresa Fernanda Gaiotto Machado ME, CNPJ: nº 20.624.766/0001-54, empresa desclassificada no processo licitatório EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 01/2021, TIPO: **TÉCNICA E PREÇO**, promovido por esse respeitado **MUNICÍPIO DE PEDREIRA**, cujo objeto do certame licitatório restou assim definido: "objeto da presente concorrência é a contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade e propaganda, venho requerer a seguinte **INFORMAÇÃO**:"

Podemos enviar RECURSO ADMINISTRATIVO com assinatura digital do representante legal via e-mail?

Creio que a resposta seja sim, uma vez que a comunicação dos atos da Prefeitura também tem sido dessa forma, mas achamos por bem perguntar, de qualquer modo.

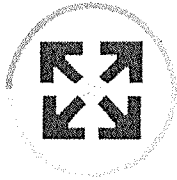
Aguardo breve retorno.

Desde já agradecemos a atenção.

Fernanda Gaiotto Machado
CPF: 360486138-14
Tel: (11) 986296875



Recurso_assinado.pdf
1.8MB



RECURSO ADMINISTRATIVO

À Comissão Permanente de Licitações Prefeitura do Município de Pedreira/SP

A empresa **FERNANDA GAIOTTO MACHADO ME**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 20.624.766/0001-54, com sede na Rua Argentina nº 975, Jardim Brasília, CEP. 16025-607, em Araçatuba, Estado de São Paulo, neste ato por sua representante legal infra-assinada, Fernanda Gaiotto Machado, CPF nº360.486.138-14 com base nos termos da Lei nº 8.666/1993, artigos 42 e 49 da Lei Complementar nº 123/2006 e legislação correlata e sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e 8.666/1993, pelas normas contidas no presente edital, e demais normas que regulamentam a espécie, vem, respeitosamente, perante o Ilustre Pregoeiro e Equipe de Apoio, com fulcro no item 21.6 do edital, e com fulcro na alínea "a", do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8666 / 93, interpor tempestivamente o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

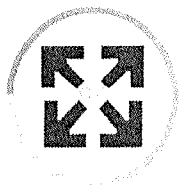
Contra a decisão dessa digna Comissão de Licitação que **desclassificou** a recorrente, por pontuação apresentada pela **subcomissão**, demonstrando os motivos de seu inconformismo pelas razões a seguir articuladas:

Técnica da Licitante" (PTL) de 84,68; E a licitante **FERNANDA GAIOTTO MACHADO – ME** obteve a "Pontuação Técnica da Licitante" (PTL) de 62,85. Com base no exposto na alínea "b" do item 11.4 do Edital, a licitante **FERNANDA GAIOTTO MACHADO – ME** teve sua Proposta Técnica **DESCCLASSIFICADA**, pois não obteve a pontuação mínima necessária para sua classificação, ou seja, um mínimo de 70 (setenta) pontos no total. Foram colocados à disposição dos

Requer, desde já, o recebimento das presentes razões de recurso, na forma prevista em lei, com seu encaminhamento, devidamente informado, à autoridade superior para a devida apreciação, requerendo sua total e completa procedência.

1) DOS PRESSUPOSTOS EXTRÍNSECOS

A interposição do presente recurso é tempestiva, posto que a decisão de desclassificação da recorrente tornou-se pública no dia 25/11/2021 e motivada, conforme razões abaixo expostas, na forma indicada no Edital.



A peça de irrisignação é proposta por empresa credenciada e participante do certame, o que atesta a sua legitimidade.

Presentes, portanto, os pressupostos recursais.

2) DAS RAZÕES RECURSAIS.

Trata-se de **EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 01/2021, TIPO: TÉCNICA E PREÇO**, promovido por esse respeitado **MUNICÍPIO DE PEDREIRA**, cujo objeto do certame licitatório restou assim definido: “objeto da presente concorrência é a **contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade e propaganda destinados à divulgação de atos, programas, obras, serviços, informações de interesse público, orientação social e demais divulgações informativas e educativas aos munícipes, na imprensa escrita, falada, televisiva e em redes sociais**, que integram o presente Edital.”

Na data de 25 de novembro de 2021 foi realizada a Segunda Sessão Pública, oportunidade em que foram divulgadas as notas concedidas pela Subcomissão Técnica tanto em relação invólucro 1 (Plano de Comunicação Publicitária) quanto em relação ao invólucro 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problemas de Comunicação).

A Comissão declarou a desclassificação da empresa **FERNANDA GAIOTTO MACHADO ME.**, valendo-se da nota final que lhe foi atribuída (62,85) – sessenta e dois virgula oitenta e cinco centésimos – pontos) não ter alcançado o ponto de corte de 70,00 (setenta) pontos, consoante previsto no instrumento convocatório.

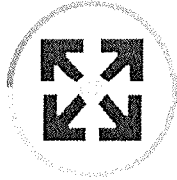
Todavia, conforme será demonstrado adiante, não agiu com o acerto a Subcomissão Técnica, na pontuação atribuída à concorrente **FERNANDA GAIOTTO MACHADO ME.**, bem como a que foi concedida a agência **CONFRARIA DA COMUNICAÇÃO LTDA.**

Diante de justificativas subjetivas para as notas atribuídas pelos avaliadores da subcomissão, consultou-se os atos do processo licitatório e verificou-se falhas procedimentais insanáveis, o que será aqui demonstrado.

Feito este breve resumo acerca do que de relevante transcorreu ao longo do processo licitatório, passa-se ao exame do mérito recursal.

3) DAS INCONSISTÊNCIAS/NULIDADES

Dispõe a Lei 12.232/10 - Art. 10. (...)



§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 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 (grifo nosso).

Foi solicitado pela recorrente acesso ao processo licitatório, para conferência da publicação dos atos de sorteio e nomeação da subcomissão técnica no diário oficial, conforme determina o **§4º da lei supracitada**. VERIFICOU-SE NÃO CONSTAREM no processo quaisquer cópias ou certidões de publicação no DO referente aos atos. As cópias do Diário Oficial juntadas não condizem ao ato praticado para a escolha dos membros da subcomissão (páginas 13; 60-62 dos autos do processo).

Vale dizer, ainda, que tais certidões de publicação e/ou cópia de publicações de chamamento público, resultado e atas de escolha da subcomissão técnica foram requeridas ao Departamento de Licitações, que retornou com a resposta de que “as comprovações das exigências legais para compor a subcomissão técnica encontram-se encartadas aos autos”.

Ao analisar as cópias dos autos, verificou-se a ausência desta documentação.

Uma vez que a Lei 12.232/10, específica para a área de publicidade, foi criada justamente para evitar julgamentos técnicos subjetivos que possam visar direcionamento dos julgadores a certa licitante, como ocorrido diversas vezes na história deste país, será demonstrado neste recurso como a referida Lei foi ignorada em aspectos essenciais pela subcomissão Técnica do Município de Pedreira.

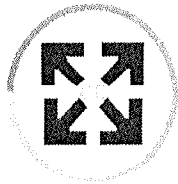
Da discrepância entre argumentos e notas entre as licitantes:

ANEXO

XI

AVALIADOR 01 (páginas 594 e 595 do processo licitatório)

Nota-se que o **AVALIADOR 01**, para a proponente **CONFRARIA DA COMUNICAÇÃO LTDA**, no quesito **RACIOCÍNIO BÁSICO**, redige a seguinte observação:



"As explicações atingiram as solicitações do edital, destacando as benfeitorias desenvolvidas, as atrações turísticas, bem como a alegria e receptividade da população aos seus visitantes", atribuindo nota 9 de 10. (grifo nosso)

Já para esta proponente, no mesmo quesito, o referido avaliador justifica:

"As explicações não atingiram por completo as informações importantes do município, deixando a desejar em pontos importantes", atribuindo nota 7 de 10. Quais pontos importantes???

O raciocínio básico elaborado pela proponente desclassificada enfatizou todos os pontos apontados no próprio briefing.

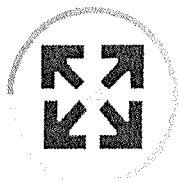
Se deixou a desejar em algum ponto importante relacionado ao briefing, é imperativo dizer **QUAL FOI ESSE PONTO!**

Até porque, de forma muito mais aprofundada e completa que a **CONFRARIA** a proponente desclassificada falou sim sobre tais aspectos.

O avaliador não cumpriu o requisito legal de apontar em quais pontos o raciocínio deixou a desejar, e é evidente o porquê: **PORQUE TAIS PONTOS NÃO EXISTEM!**

Trechos do Raciocínio Básico da proponente desclassificada que **contradizem** a justificativa da avaliação feita pelo **AVALIADOR 01:**

"Tão incomum quanto sua beleza são os corações dos moradores, que acolhem os milhares de turistas que por ali passam todos os meses, a visitarem algumas dentre as mais de 450 lojas repletas de artes feitas por artistas e familiares, que tradicionalmente tem na fabricação, modelagem, pintura e comércio de louças e porcelanas para uso doméstico, o próprio sustento. A vocação hoje se estende a outros materiais como artigos de madeira, vidros, alumínio, gesso, resina, dentre outros. Parte da produção de



peças utilitárias é ainda exportada, o que é facilitado pela proximidade ao Aeroporto Internacional de Viracopos.

.....

Em ambas as oportunidades a administração não mediu esforços para melhorar a qualidade de vida dos moradores, prezando pela excelência dos serviços prestados, com transparência e visíveis avanços em diversas áreas, como: saúde, educação, infraestrutura e meio ambiente.

No entanto, a comunicação ainda é um avanço necessário para a divulgação ativa e constante das melhorias realizadas para o público geral, atingindo todas as idades e ocupações e posições socioeconômicas, do funcionário público ao jovem estudante, da mãe de família, ao comerciante.

Dentre essas melhorias, destaca-se, na saúde, dentre outras coisas, o aumento de leitos, criação da central de atendimento ao cidadão, equipe de atendimento Pós-COVID, novas unidades e UBS e reformas.

Na Educação, o grande destaque é a demanda por creches zerada, além de terem sido entregues ao menos três novas unidades.

No setor de Infraestrutura o destaque está para o fato de que até o fim do mandato não haverá mais ruas de terra, tendo havido constante pavimentação asfáltica, reformas, revitalização do teleférico, instalação do Tiro de Guerra, dentre outras obras que merecem conhecimento."

O **AVALIADOR 01**, no quesito Ideia Criativa, justificou a pontuação 17 de 20 para a proponente **CONFRARIA** da seguinte forma: "Peças publicitárias foram de uma criatividade muito boa".

O quão subjetiva é a expressão "criatividade muito boa"?



Se o **AVALIADOR 01** tem conhecimento técnico para fazer parte da subcomissão deveria apontar tecnicamente o que está bom nas ideias criativas da **Confraria da Comunicação**.

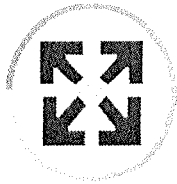
Com todo respeito à empresa oponente, as peças apresentadas por ela carecem de atenção a princípios básicos de design gráfico. Por exemplo, a agência não seguiu a paleta de cores utilizada na base de comunicação do município (verde), utilizando um azul em tom escuro e chapado, destoando completamente da sobriedade do verde da atual logo utilizada pelo município.

Além disso, não se sabe a que se refere o termo “SORRISOS”, já que não pode ser considerado um SLOGAN de campanha. Isso porque, um slogan é tecnicamente uma **FRASE**, ou seja, um slogan deve ser composto por mais de uma palavra, formando uma frase. “Sorrisos”, como palavra isolada, não é um conceito de campanha, já que não compõe propriamente um slogan no sentido técnico do termo:

*“Um **slôgane**,^{[1][2]} **eslogã**^{[3][4]} ou **frase de efeito** (em inglês: **slogan**)^{[5][6]} é uma frase de fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa. Ela é usada em contexto político, religioso ou comercial como uma expressão repetitiva de uma ideia ou propósito. É geralmente utilizado por empresas. Um slogan político geralmente expressa um objetivo ou alvo («Trabalhadores do mundo, uni-vos!», por exemplo), enquanto um slogan publicitário é mais frequentemente usado como uma identificação de fácil memorização agregando um valor único à empresa, produto ou serviço, sendo esse valor concreto ou não («A número 1», por exemplo)*

[Fonte: wikipedia]”

Para melhor definir o que seriam slogans, o Mac Donalds utiliza a frase “**Amo muito tudo isso**”, ou o já utilizado recentemente pelo governo brasileiro: “**País rico é país sem pobreza**”, ou, ainda, como consta da própria logo atual da Prefeitura Municipal de Pedreira: “**Construindo o futuro com transparência:** ”



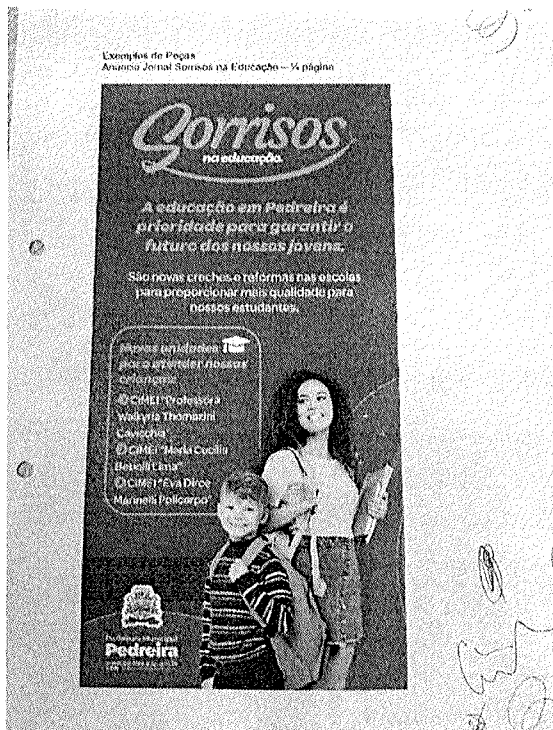
CONTEÚDO

MARKETING DIGITAL DE RESULTADOS

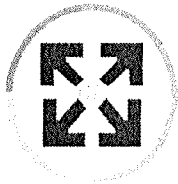


[logo de perfil do município no facebook]

Além disso, o mote/conceito de campanha utilizando a palavra **SORRISOS** não dialoga diretamente com o município de Pedreira, podendo, inclusive, levar à interpretação de que a campanha fora elaborada para o **município de SORRISO**, no Mato Grosso.



Além disso, a chamada de palavra única **SORRISOS**, remete também a uma campanha de clínica odontológica padrão e não a uma campanha de uma Prefeitura Municipal. Isso foi escrito e consta inclusive no argumento do **AVALIADOR 02** no quesito Ideia Criativa para a campanha **SORRISOS** (página 596 do processo licitatório):



“Conteúdo das peças interessantes, porém o nome da campanha e layout das peças não remetem à uma campanha municipal ao meu ver”. (Página 596 do processo licitatório)

O mais incoerente é que apesar de argumentar que o nome e layout da campanha NÃO REMETEM À UMA CAMPANHA MUNICIPAL, o AVALIADOR 02 atribuiu nota 16 de um total de 20.

Para o mesmo quesito ideia criativa, o **AVALIADOR 02** atribuiu à proponente desclassificada uma nota inferior à concorrente, qual foi 12 de 20, com o seguinte comentário ao quesito:

“Ideia e slogan da campanha interessantes, porém o direcionamento para o público alvo turista e público alvo morador não é diferenciado nas peças”.

Vejam que o **AVALIADOR 02** reconhece que a campanha da licitante desclassificada apresenta slogan e está interessante, **diferente da outra que não parece uma campanha de prefeitura** e, mesmo assim, atribui nota inferior para a licitante desclassificada. Isso é ilógico para qualquer pessoa, inclusive um leigo, e apresenta indício de um problema grave subjacente.

Ora, se nome e layout não se assemelham a de uma campanha municipal, **carece de explicitação do AVALIADOR 02**, acerca da razão de uma nota alta em relação a do outro concorrente.

Já essa proponente utilizou a paleta de cores no tom verde, predominante na comunicação do município e na logomarca atual, além de apresentar um slogan que faz jus tanto ao briefing quanto à reconhecida reputação da cidade.



BANNER CAMPANHA

PEDREIRA
*Quem Vive Ama
Quem Visita Volta*

Permanecemos trabalhando por
VOCÊS, turistas e moradores:

- Comércio ativo, com mais de 450 lojas.
- Teleférico revitalizado.
- Infraestrutura ampliada, com novos trechos de pavimentação asfáltica.
- Novo Centro de Informações Turísticas.
- Demanda por atrações pagada.
- Novas unidades de saúde e leitos.
- Zoo Bosque Raaberto.

Acesse o QR Code e encontre ainda mais razões para amar e voltar!

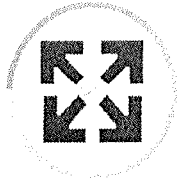
PEDREIRA *Quem Vive Ama Quem Visita Volta*

Observa-se que foi utilizada a logomarca atual, que vem sendo, inclusive utilizada nas redes sociais do município de Pedreira.

No quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia chega a ser gritante a **discrepância das notas** atribuídas pelo **AVALIADOR 02** para **justificativas semelhantes**: 13 para a **CONFRARIA DA COMUNICAÇÃO**, e 9 para a proponente desclassificada.

Vejam o comparativo abaixo:

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não Mídia (Máximo 15 pontos)	9
<i>Observações: necessidade de mais aprofundamento no estudo das escolhas das mídias</i>	



QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não Mídia (Máximo 15 pontos)	13
<i>Observações:</i> necessidade de mais estudo sobre as mídias offline locais. Escolha de mídias com alto custo de veiculação	

O **AVALIADOR 03**, no quesito Raciocínio Básico, também demonstra evidente incoerência entre as notas e as justificativas de ambas as concorrentes.

Para a licitante **CONFRARIA DA COMUNICAÇÃO**, o avaliador escreve o seguinte, ao atribuir nota 7:

“Referente ao pedido no edital, está correto.
Um pouco confuso.
Não muito objetivo”.

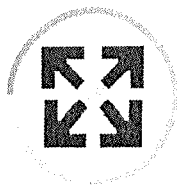
Para a licitante **FERNANDA GAIOTTO MACHADO ME**, o mesmo avaliador, para o mesmo quesito escreve o seguinte:

“Referente ao pedido no edital, está correto.
Bem objetivo.
Algo bem raso que poderia ter tido um aprofundamento maior sobre o que fora requisitado”.

Ora, se o Raciocínio Básico da licitante desclassificada está correto, objetivo e o do concorrente está confuso e não muito objetivo, por que foi atribuído ao segundo uma nota maior?

Para que não se caracterize direcionamento e que foram utilizados dois pesos e duas medidas, atraindo nulidade absoluta necessária a explicitação desta questão.

Então, vejam mais um fato interessante;



Avaliador 01:

Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
TOTAL	8,6
Observações: I. Clientes: (1,5) – Clientes recentes, falta informações de como atuaram a favor dos clientes. II. Profissionais: (3) – Não ficou claro se a equipe é fixa ou não. III. Infraestrutura: (1) – Faltou informações sobre os equipamentos disponíveis. IV. Sistemática de Atendimento: (0,6) – Equipe dispersa, o que prejudicará o atendimento entre a contratada e a contratante, inclusive pela estrutura com escritório coworking. V. Informações de Marketing: (2,5) – Apresentou as ferramentas mais conhecidas de avaliações.	

O **AVALIADOR 03**, apresenta as observações:

Clientes: (1,5) – Clientes recentes, falta informações de como atuaram a favor dos clientes.

Edital: Não consta em nenhuma cláusula do edital, a necessidade de apresentar clientes antigos.

- I. Profissionais: (3) – Não ficou claro se a equipe é fixa ou não.
- II.

Do **ANEXO VI, MODELO DE TERMO DE COMPROMISSO**, do edital, onde consta “compromete-se a manter como responsáveis pela execução dos Serviços os profissionais indicados na Equipe Técnica, nos termos deste Edital.”

Onde não ficou claro? Não há a exigência de comprovação de equipe fixa no edital, então isso não pode ser utilizado taxativamente como justificativa para depreciação de notas!

- IV. Sistemática de Atendimento: (0,6) – Equipe dispersa, o que prejudicará o atendimento entre a contratada e a contratante, inclusive pela estrutura com escritório coworking.



Respondo: A equipe foi apresentada em conformidade ao edital, no anexo VI do edital, foi comprometido ao serviço. Se observarem, todos os documentos e anexos apresentados foram do endereço da matriz. O coworking é utilizado para agilizar operações.

Com todo respeito, não parece que o AVALIADOR 03 foi objetivo, imparcial, leu o edital e seus anexos.

Seria exaustivo e inútil esgotar todos os vícios técnicos no julgamento dos avaliadores. Até porque, para colocar esse processo dentro da legalidade, ele haveria de ser inteiramente nulificado e refeito, pois encontra-se irremediavelmente viciado na origem, uma vez que infringiu Lei Federal na composição da subcomissão técnica.

A única ação possível deste momento em diante é reconhecer a completa nulidade do processo licitatório em questão, uma vez que já identificados os proponentes, e constatada a violação de requisitos legais para a composição da subcomissão técnica (não publicação e/ou juntada da comprovação da publicação dos atos pertinentes a escolha da subcomissão), além da demonstrada parcialidade nas justificativas de quesitos e atribuição de notas.

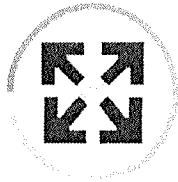
Enfatiza-se que foi posta à prova a REPUTAÇÃO DA PESSOA JURÍDICA composta por seus profissionais sérios, o que enseja consequências que talvez os envolvidos neste processo não consigam mensurar.

Qualquer argumento subjetivo impreciso disponível a público pode oferecer sérios danos à empresa.

4) DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO

Conforme **Lei 12.232/10 - Art. 4...**

§ 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.**



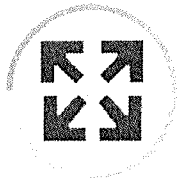
É importante destacar que existe a necessidade primordial do respeito ao princípio basilar do direito administrativo nos processos licitatórios, no que tange à vinculação ao edital.

A Administração tem o DEVER de respeitar aquilo que foi estabelecido pelo diploma editalício, não podendo, de forma alguma, esquivar-se das regras preliminarmente estabelecidas.

Tal princípio não é mera conveniência ou simples prerrogativa legal que pode ser facilmente descartada. Jaz aqui a fundamentação exordial de todo e qualquer certame. Jamais poderia se falar no desrespeito a tal princípio, já que este está atrelado, praticamente, a todos os demais princípios arrolados pela legislação, doutrina e aceitos pela jurisprudência. A Isonomia e o Julgamento Objetivo são exemplos de princípios adstritos diretamente àquele.

Nesta matéria, destaca-se o entendimento do mais preclaro de todos os autores desta matéria, o saudoso Prof. Dr. Hely Lopes Meirelles, Licitação e contrato administrativo, 10 ed. - São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991, p. 29, que assim nos ensina sobre a vinculação ao edital:

“A vinculação ao edital significa que a Administração e os licitantes ficam sempre adstritos aos termos do pedido ou do permitido no instrumento convocatório da licitação, quer quanto ao procedimento, quer quanto à documentação, as propostas, ao julgamento e ao contrato. Em outras palavras, estabelecidas as regras do certame, tornam-se obrigatórias para aquela licitação durante todo o procedimento e para todos os seus participantes, inclusive para o órgão ou entidade licitadora.”
“Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital o modo e forma de participação dos licitantes, bem como as condições para a elaboração das ofertas, e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento ou no contrato se afastasse do estabelecido, e admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal vincula aos seus termos tanto os licitantes quanto a Administração que o expediu. É impositivo para ambas as partes e para todos os interessados na licitação.” (grifou-se)



Interessante, também, é reproduzir o que diz o respeitadíssimo Prof. Dr. Celso Antônio Bandeira de Mello, Curso de direito administrativo, 5 ed., São Paulo: Malheiros, 1994, pp. 271 e 272:

“13. O princípio da vinculação ao instrumento convocatório obriga a Administração a respeitar estritamente as regras que haja previamente estabelecido para disciplinar o certame, como aliás, está consignado no art. 41 da lei 8.666.”

“14. O princípio do julgamento objetivo, almeja como é evidente, impedir que a licitação seja decidida sob o influxo do subjetivismo, de sentimentos, impressões ou PROPÓSITOS PESSOAIS dos membros da comissão julgadora.” (grifou-se)

Finalmente, traz-se à baila a palavra do eminente conselheiro do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, Dr. Antonio Roque Citadini, Comentários e jurisprudência sobre a lei de licitações públicas, 2. ed – São Paulo: Editora Max Limonad. 1997, pp 319:

“Como afirmado, a primeira verificação diz respeito à conformidade das propostas com o ato convocatório, não podendo a Administração se afastar das condições e exigências que fez, igualmente a todos quanto se interessassem. Não pode, por isso, inovar ou mudar, que acrescentando, quer diminuindo aquelas exigências. Disto resulta o especial cuidado na elaboração do ato de convocação, o qual não pode ter redação ambígua, que impeça sua correta interpretação, pois, só é aceitável a desclassificação por motivo relevante, do qual se possa, com clareza, demonstrar a afronta a requisito objetivo do ato convocatório”. (grifou-se)

5) DO PEDIDO

Na esteira do exposto, requer-se seja conhecido e provido o presente recurso para:

- 1) Reconhecer a total nulidade do processo licitatório por irregularidade formal, consistente na ausência de cópias ou certidões de publicação no DO referente aos atos;
- 2) Lastreada nas razões recursais, que essa Comissão de Licitação reconsidere sua decisão nos tópicos rebatidos,



- 3) Em caso de não reconhecimento do quadro alegado neste recurso, determine a sua remessa, devidamente informado, à autoridade superior, em conformidade com o § 4º, do art. 109, da Lei nº 8666/93.

Pede Deferimento,

Pedreira, 26 de novembro de 2021

FERNANDA GAIOTTO
MACHADO:36048613
814

Assinado de forma digital por
FERNANDA GAIOTTO
MACHADO:36048613814
Dados: 2021.12.01 15:24:46
-02'00'

FERNANDA GAIOTTO MACHADO – CPF 360.486.138-14
FERNANDA GAIOTTO MACHADO ME.
CNPJ/MF Nº 20.624.766/0001-54