



Curitiba, 10 de novembro de 2022

Prezado Senhor  
Milton Carlos Zanelatto Gonçalves – Presidente do CAU/PR

**Referente: Aviso de Dispensa Eletrônica nº 013/2022**

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

IMPUGNAÇÃO

Ao **Aviso de Dispensa Eletrônica nº 013/2022** cujo objeto é **contratação de Agência de Publicidade** a fim de prover os serviços de publicidade, conforme **item 1 "Objeto da Contratação Direta"**.

DA LEGITIMIDADE DA IMPUGNANTE

Inicialmente, como é de conhecimento deste Conselho de Arquitetura e Urbanismo – CAU/PR, 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 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*

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174



*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

A partir de uma consulta enviada ao Sinapro/PR, o “Aviso” em referência foi encaminhado à Assessoria Jurídica da **FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda** – que, após analisado, manifestou-se nos termos abaixo reproduzidos:

“Com enorme surpresa, recebemos um “Edital” para Contratação Direta nº 013/2022, de **SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS**, com **DISPENSA DE LICITAÇÃO**, fundamentado na Lei nº 14.133/2021, art. 75, inc. II, e na Instrução Normativa **SEGES/ME nº 67/2021**, divulgado pelo **CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO PARANÁ – CAU/PR**.

Trata-se de algo inédito, absolutamente fora das normas legais aplicáveis à “licitação e contratação, pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agências de Propaganda”.

Por evidente o **CAU/PR** terá que recolher o **AVISO DE DISPENSA ELETRÔNICA Nº 013/2022** (“Aviso de Contratação Direta nº 00013/2022”) e instaurar, em sua substituição, um pleito licitatório como determina a Lei Federal nº 12.232/10, pelos motivos abaixo considerados:

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

E-mail: sinapro@sinapropr.org.br

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

**I. A seleção e contratação de serviços publicitários deve ser procedida dentro de normas legais específicas.**

**I.1. Serviços publicitários somente podem ser licitados segundo as normas baixadas pela Lei Federal nº 12.232/2010, em se tratando de “contratações pela Administração Pública”.**

As Leis nº 4.680/65 e nº 8.666/93 aplicam-se aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos pela Lei nº 12.232/10, de forma complementar.

**I.2.** Na obra “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, p. 49, n.2.2.5, o Prof. Dr. Marçal Justen Filho leciona:

.....

**“A Lei nº 12.232 fornece regras específicas para evitar a incidência de normas gerais inadequadas. As contratações administrativas de serviços de publicidade podem envolver valores muito significativos. Existem riscos de utilização indevida desses valores, especialmente quando se considera que **muitos dos recursos movimentados são destinados a terceiros e não ficam adstritos a titularidade das agências de publicidade. Dessa maneira, riscos de utilização indevida podem propiciar desvios reprováveis.****

*A constatação prática de situações dessa ordem orientou a edição da Lei nº 12.232/10. O diploma estabelece regras impeditivas da utilização dos contratos de publicidade como fonte de recursos para práticas indevidas. Ao mesmo tempo, buscou-se assegurar uma transparência mais efetiva no tocante ao processo de seleção de empresas contratadas.*

*A Lei nº 12.232 orienta-se a evitar que o afastamento das regras genéricas resulte numa forma indesejável de autonomia normativa propícia a desvios reprováveis.” (n.g.)*

.....

**I.3.** A Lei nº 14.133/21, assim como a Lei nº 8.666/93 consolidada, baixam **normas gerais** de licitação e contratação e nas atividades dotadas de **normas específicas**, como a atividade econômica publicitária, **elas são aplicadas DE FORMA COMPLEMENTAR.**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

Assim, a contratação de serviços publicitários pelo **CAU/PR, não pode ser regida pela Lei nº 14.133 e nem pela Lei nº 8.666**. Porque há legislação específica sobre a matéria, cujas normas devem ser observadas e cumpridas.

Com efeito, o art. 1º, caput e §1º da Lei nº 12.232, dispõe:

*“Art. 1º - Esta Lei estabelece normas gerais sobre **licitações e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados necessariamente, por intermédio de Agências de Propaganda**, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.*

*§1º - **Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da Administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.**”*  
(n.g.)

.....

Portanto, o **CAU/PR** está sujeito à Lei nº 12.232/10.

Por oportuno, é necessário lembrar que o art. 25, inc. II da Lei nº 8.666, expressamente dispõe:

*“Art. 25 – **É inexigível a licitação quando houver inviabilidade de competição, em especial:***

.....

*II – para contratação de serviços técnicos enumerados no art. 13 desta Lei, de natureza singular, com profissionais ou empresas de notória especialização, **vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação.**”* (n.g.)

.....

Logo, o **CAU/PR NÃO PODE CONTRATAR SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS COM DISPENSA ELETRÔNICA**, com fulcro no art. 75, inc. II, da Lei nº 14.133, em total afronta à Lei nº 12.232/10 e à Lei nº 8.666/93, pelas razões abaixo:

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

- (i) A Lei nº 12.232 não foi revogada pela Lei nº 14.133, portanto, **ela vige** e deve ser cumprida pelo **CAU/PR**, a exemplo do que fazem todos os demais **CONSELHOS (art.193, incs. I e II, da Lei nº 14.133)**.
- (ii) **A Lei nº 8.666 deixará de operar efeitos a partir de 01 de abril de 2023.** Via de consequência ela está em vigor e deve ser observada pelo **CAU/PR**;
- (iii) Aplica-se à Lei nº 14.133, **as hipóteses previstas na legislação que façam referência expressa à Lei nº 8.666/93**: a Lei nº 12.232 refere-se a ela, portanto deve ser respeitada pela Lei nº 14.133, à medida em que se trata de diploma legal específico e vigente;
- (iii) **A Lei nº 14.133/21, não permite a contratação de serviços publicitários com dispensa de licitação**, contrariando o que o **CAU/PR** afirma no preâmbulo do **“AVISO DE DISPENSA ELETRÔNICA Nº 013/2022” (art. 74, inc. III, da Lei nº 14.133/21)**.

**I.4.** A Lei nº 14.133, em seu Capítulo VIII, que trata da **“CONTRATAÇÃO DIRETA”**, aborda na Seção II, a **“INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO”**, de modo esclarecedor, dispondo em seu art. 74, inc. III:

“Art. 74 – É inexigível a licitação quando inviável a competição, em especial nos casos de:

.....

III – contratação dos seguintes serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, com profissionais ou empresas de notória especialização, **vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação.**” (n.g.)

.....

Ainda que o **CAU/PR** não aceite todas as razões de ordem legal aqui expostas, ele **não pode ignorar a proibição contida no art. 74, inc. III, da própria Lei em que ele fundamenta a dispensa da licitação: Lei nº 14.133/21.**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

De igual forma, o art. 74, inc. III, da Lei nº 14.133/21, **não autoriza a contratação de serviços publicitários a descoberto de processo licitatório formal.**

**I.5.** Uma pergunta se impõe.

Se o art. 74, inc. III, da Lei nº 14.133 **proíbe a inexigibilidade de pleito licitatório em se tratando da contratação de serviços publicitários**, como o **CAU/PR** a dispensa em razão do valor “no caso de outros serviços”?

O art. 74, inc. III, da Lei nº 14.133, **veda a inexigibilidade de licitação para serviços de publicidade**, exigindo que toda e qualquer contratação de serviços publicitários seja submetida à prévia licitação, **INDEPENDENTEMENTE** de valor.  
**O valor é irrelevante, porque é a atividade publicitária que deve ser licitada.**

**II. A Instrução Normativa SEGES/ME nº 67/2021 pode alterar as normas legais baixadas pelas Leis Federais nº 12.232/10; nº 4.680/65; nº 8.666/93; e nº 14.133/21?**

II. Claro que não! E a IN SEGES/ME nº 67/2021 não tem tal pretensão. Ela se submete à letra das Leis porque é infinitamente, menor que elas.

Este aspecto se evidencia no art. 4º da IN SEGES/ME nº 67/2021, quando no inc. III, reza:

*“Art. 4º - Os órgãos e entidades adotarão a dispensa de licitação, na forma eletrônica, nas seguintes hipóteses:*

.....

*III – contratação de obras, bens e serviços, incluídos os serviços de engenharia, nos termos do disposto no inc. III e seguintes do caput do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, **QUANDO CABÍVEL;**”*

.....

Em se tratando de contratação de serviços publicitários, **NÃO É CABÍVEL** a aplicação da regra supra, por força do que dispõe o art.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

74, inc. III, da Lei nº 14.133; em razão da existência de normas legais específicas para seleção e contratação de serviços publicitários, que exigem a estruturação de certame licitatório formal, sem nenhuma possibilidade de **CONTRATAÇÃO DIRETA**.

**III. A licitação que o CAU/PR deverá abrir para dar cumprimento às normas legais específicas, deverá ocorrer em que modalidade e em qual tipo de julgamento?**

**III.1.** As únicas modalidades possíveis são **CONCORRÊNCIA, TOMADA DE PREÇO** ou **CONVITE** (art. 5º da Lei nº 12.232/10).

Somente poderão ser eleitos tipos de julgamento como “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

**III.2.** Serviços publicitários são de natureza intelectual, julgados pela objetividade e qualidade do conteúdo da comunicação neles contida.

É impossível selecionar e contratar serviços publicitários, sem apresentação pela licitante, e julgamento pelo Conselho, de uma Proposta Técnica, como tal exigida no art. 6º, inc. III; art. 7º, incs. I a IV; e art. 8º da Lei nº 12.232/10.

É impossível contratar Agência de Publicidade para prestar serviços publicitários apenas pelo critério “**MENOR PREÇO**”, quando, sabe-se, que o preço dos serviços de produção é fixado por terceiros, Fornecedores de serviços especializados (art. 2º, §1º, inc. II, da Lei nº 12.232/10)?

Quando, sabe-se, o preço da veiculação da mensagem publicitária em emissoras de rádio, é por elas fixado?

O critério “**MENOR PREÇO**” só é condizente com a seleção e contratação de “produtos de prateleira”, ou seja, produtos padronizados existentes no mercado.

Serviços publicitários dependem da criatividade e a criatividade é única, é diversa de tudo quanto, até aquele momento, foi criado.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

**III.3.** O “Objeto” descrito no item 1 do “**AVISO**”, é **inexecutável** por Agência de Propaganda.

Agência de Propaganda presta serviços publicitários, assim entendidos “o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a **execução interna**, a **intermediação e a supervisão** da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação (art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10).

*Agência não presta serviços de produção e nem veicula peças/materiais publicitários. Os citados serviços são por ela contratados junto a Fornecedores de serviços especializados e Veículos (art. 2º, §1º, incs. I a III, da Lei nº 12.232).*

**III.4.** Serviços publicitários não podem ser licitados por itens ou lotes (art. 2º, §3º, da Lei nº 12.232). Não há como separá-los tecnicamente, falando. São diversas empresas envolvidas, e os serviços são prestados sequencialmente: a Agência estuda, conceitua e cria; o Fornecedor de serviços especializados, dá corpo (suporte) à criação da Agência, fazendo dela uma peça, um material publicitário que, uma vez finalizado, volta para a Agência.

Então, a partir da verba estimada disponível, a Agência autoriza a mídia.

Trata-se de um serviço integrado, que não pode ser dividido em lotes. (art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10).

Assim é possível concluir que a tabela inserida no item 1.1. do “**AVISO**” é inútil.

O que deve ser feito tecnicamente falando, é fixar uma verba estimada para a execução do Contrato a ser celebrado, elaborar um briefing completo, e deixar que cada uma das licitantes apresente uma Proposta Técnica, estruturada em informações retiradas de pesquisas relativas ao nível de audiência de cada emissora. Não basta identificar a emissora como popular: é necessário saber que nível de audiência esta emissora tem.

**III.5.** Honorários de mídia não são fixados pelo **CAU/PR**, nem negociados pela Agência. Eles são fixados claro e objetivamente, como pode ser constatado no subitem 2.5.1 das Normas-Padrão incorporadas à Lei nº 12.232/10, por força do disposto no art. 4º, §1º, da citada Lei.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda



Honorários de mídia são pagos à Agência contratada, pelos Veículos e não pelo **CAU/PR**.

#### **IV. É necessário deter o “Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento” para que a Agência possa ser CONTRATADA.**

**IV.1.** O **CAU/PR** somente poderá contratar, para lhe prestar serviços publicitários, Agências que preencham as condições estabelecidas no art. 4º, caput e §1º, da Lei nº 12.232/10, ou seja, desenvolvam atividades regulamentadas pela Lei nº 4.680/65, e **que tenham obtido o “Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento”** emitido pelo **CENP** ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora ou certificadora das condições técnicas de Agências.

No “**AVISO**” o Certificado exigido por Lei, não é citado no Anexo I. Foi substituído por documento desconhecido, descrito no item 4.1, como “registro ou inscrição da empresa na entidade que permita a empresa a desempenhar a atividade de agência de propaganda e seus serviços”.

Que documento será esse?

**IV.2.** Mas o despropósito se prolonga pelos subitens seguintes, a ponto de constar do subitem [4.2.1.2](#):

.....

*“4.2.1.2 – Registro no órgão ou documentação pertinente e competente o qual comprove que o mesmo pode executar serviço de agenciamento de publicidade.”*

.....

Que registro ou documentação é essa?

Agência de Propaganda não faz agenciamento de publicidade!!

Agenciamento de publicidade é privativo dos profissionais que, vinculados aos Veículos de Divulgação, a eles encaminham propaganda por conta de terceiros (art. 21, do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66).

Agenciamento de publicidade corresponde a uma **profissão** exercida junto aos Veículos de Divulgação.

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

Nada tem a ver com a **atividade** econômica publicitária, desenvolvida por empresas denominadas "Agências de Propaganda".

Não bastasse o enorme equívoco, e consta do subitem 4.2.2, a seguinte exigência:

"4.2.2 - registro ou inscrição na entidade profissional competente, em plena validade;"

Que absurdo!

Agência de Propaganda não desenvolve atividade técnico-profissional.

**Agência de Propaganda desenvolve atividade econômica publicitária que é técnico-operacional**, e a ela não se aplica a exigência contida no subitem 4.2.2. do Anexo I, ao "**AVISO**".

## V. Termo de Referência

**V.1.** Todos os equívocos apontados anteriormente, são aqui aplicáveis e mais:

(i) a contratação dos serviços publicitários está sendo feita em "regime de empreitada por preço global", e ele não se aplica à atividade publicitária.

No dizer do Prof. Dr. Marçal Justen Filho, obra citada, p. 246, n. 2.4.2:

.....

"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;"

(ii) a forma de pagamento está equivocada; há serviços prestados pela Agência, com profissionais e instrumental próprios; há serviços especializados prestados por Fornecedores; e há os serviços de divulgação. Cada um deles emite sua própria Nota Fiscal em nome do **CAU/PR** (Acórdão nº 699/2022, Plenário - TCU);

(iii) o subitem 8.2.3 **deve ser eliminado**, pois não se aplica à atividade econômica publicitária;

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

(iv) no subitem 8.3.1.1.2, na 2ª linha, **ao invés de** “às suas expensas”, **deve ser** “sem ônus para o Contratante”, pois a Agência Contratada não responde por erros cometidos por Fornecedores e Veículos etc..

## **VI. Estudo Técnico Preliminar**

**VI.1.** A exemplo dos Anexos anteriores, também este encontra-se eivado de muitos equívocos, resultantes da falta de conhecimento da matéria.

No tópico “Descrição dos Requisitos da Contratação”, primeiro parágrafo, é preciso **eliminar** “pesquisa, execução e impulsionamento”. Agência não presta tais serviços: ela os contrata junto a Fornecedores de serviços especializados (*art. 2º, §1º, incs. I a III, da Lei nº 12.232*).

No quarto parágrafo, o direito pleiteado é muito amplo. Envolve os direitos patrimoniais de autor da Agência, e também dos produtores envolvidos, que precisarão ser adquiridos e envolverão um valor desnecessário. A verba é muito pequena e quem pagará por eles será o **CAU/PR**.

**VI.2.** No tópico “Não contratação dos serviços”, é **necessário eliminar o trecho**: “Isso porque o **CAU/PR** deveria realizar processos licitatórios individualizados para a contratação desses veículos, exigindo esforços que inviabilizariam a realização da campanha devido ao alto custo e ao tempo despendido, que impossibilitaria a conclusão da realização do objeto”.

### **Não corresponde à realidade dos fatos.**

No mais, é preciso eliminar do “Estudo”, todos os serviços que não são prestados por Agência de Propaganda; a indução de que, mediante pagamento de R\$ 47.340,30, a Agência Contratada elaborará uma

Campanha com todos os itens discriminados, nos quantitativos determinados, porque é impossível alimentar tal expectativa; e os impactos ambientais, vez que não se aplicam aos serviços prestados pela Agência.

## **VII. Minuta de Contrato de Prestação de Serviços**

**VII.1.** Todas as considerações retro tecidas são aplicáveis à Minuta em referência, e mais:

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

(i) Cláusula Terceira: a Contratada não assumirá todas as despesas descritas no último parágrafo. O **CAU/PR** receberá todas as Notas Fiscais emitidas pela Contratada (sobre a própria remuneração); pelos Fornecedores (preços dos serviços prestados); e pelos Veículos (preços dos serviços de divulgação realizados). As Notas Fiscais serão pagas pelo **CAU/PR**, **através** da Agência Contratada, mas ele é que suportará o ônus do preço.

Em relação a uma Campanha Publicitária, não há como descrever os preços dos serviços envolvidos no "Objeto" e se responsabilizar por eles.

Daí a impossibilidade da licitação ocorrer no critério de julgamento "**MENOR PREÇO**": o preço não é da Contratada e cada item contratado junto a Terceiros, deve ser orçado individualmente.

#### **VIII. Anexo IV – Planilha de Orçamentos – Lote 01**

Face a todo o exposto, não há como uma licitante apresentar semelhante planilha. O "**AVISO**" está propondo um tipo de "concorrência" que importa em "contratação de propaganda em condições antieconômicas ou que importem em concorrência desleal", o que é expressamente proibido pelo art. 17, inc. I, alínea "f", do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66.

**O Anexo IV deve ser eliminado.**

#### **IX. Considerações Finais**

Não há como prosseguir com a contratação de serviços publicitários tomando a Lei nº 14.133/21, como Lei de Regência, com amparo no art. 75, inc. II da citada Lei, valendo-se do **AVISO DE CONTRATAÇÃO DIRETA Nº 013/2022** e da Instrução Normativa **SEGES/ME nº 67/2021**.

A **DISPENSA ELETRÔNICA** deve ser adotada apenas nas hipóteses em que a contratação pode ser realizada sem exigência de licitação, ou até mesmo dispensada, e não é o caso.

Há legislação específica norteando a contratação de serviços publicitários pela Administração Pública (*Lei nº 12.232/10*); determinando as modalidades licitatórias em que deverá ocorrer o pleito licitatório ("concorrência" e "tomada de preços"); estabelecendo os critérios de julgamento das Propostas Técnica e de Preços ("melhor técnica" e "técnica e preço"), e dispondo que os serviços publicitários somente poderão ser

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

prestados à Administração Pública, por Agências de Propaganda certificadas pelo **CENP** (art. 4º, da Lei nº 12.232/10).

**A Lei nº 12.232/10 não foi revogada pela Lei nº 14.133/21, portanto ela vige e deve ser observada.**

Uma Instrução Normativa não altera as disposições legais e, se afrontá-las, prevalece o disposto em Lei.

## **X. Sanções**

### **X.1.** A Administração Pública está sujeita à Lei.

Conforme leciona Hely Lopes Meirelles, na obra "Direito Administrativo Brasileiro", Ed. Malheiros, 25ª ed., p.82.

.....

*"De fato, o administrador público encontra-se, em toda a sua atividade funcional, sujeito aos mandamentos da Lei e às exigências do bem comum, e deles não se pode afastar ou desviar sob pena de praticar ato inválido e expor-se a responsabilidade disciplinar, civil e criminal, conforme o caso. Nesse sentido, a manifestação concreta da autonomia substancialmente consentida, não pode desvincular-se das normas que regem as contratações na Administração Pública, sob pena de nulidade do ato."*

.....

**X.2.** O "AVISO DE DISPENSA ELETRÔNICA" não se aplica à licitação e contratação de serviços publicitários pela Administração Pública, razão pela qual o **CAU/PR** deve acessar 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 tomar conhecimento das minutas que nele se encontram, adequadas à licitação de serviços publicitários prestados por Agência de Propaganda.

Também o **TCU**, in "Licitações e Contratos – Orientações e Jurisprudência do **TCU**", 4ª ed., p. 257, recomenda:

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda

“No endereço eletrônico do Tribunal de Contas da União < [www.tcu.gov.br](http://www.tcu.gov.br) >, encontram-se editais de licitações realizadas pelo **TCU**, que podem ser acessados por meio do link Licitações.”

Não é por falta de orientação que o **CAU/PR** cometeu erros crassos como os que se encontram em análise.

**X.3.** A contratação direta fora das hipóteses previstas em Lei é **ILEGAL**, e constitui **CRIME**.

Este aspecto fica muito claro, quando no Título V - Disposições Gerais, Capítulo II - Das Alterações Legislativas, da Lei nº 14.133/21, dispõe em seu art. 178:

“Art. 178. O Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), passa a vigorar acrescido do seguinte Capítulo II-B:

“CAPÍTULO II-B

DOS CRIMES EM LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS

**Contratação direta ilegal**

Art. 337-E. **Admitir, possibilitar ou dar causa à contratação direta fora das hipóteses previstas em lei:** (n.g.)

Pena - reclusão, de 4 (quatro) a 8 (oito) anos, e multa.”

**X.4.** O “**AVISO**” objeto da presente análise deve ser anulado de ofício pelo Sr. Milton Carlos Zanelatto Gonçalves, Presidente do **CAU/PR**, por **ILEGALIDADE**, nos termos do disposto no art. 47, caput e §4º, da Lei nº 8.666/93, que encontra-se em vigor, e deverá ser autorizada a abertura de um novo certame, **DENTRO DAS NORMAS LEGAIS CONTIDAS NA LEI Nº 12.232/10**.

**XI. Impugnação do “AVISO” junto ao CAU/PR e/ou Representação junto ao Tribunal de Contas.**

A Impugnação do “**AVISO**” deve ser dirigida ao Presidente do **CAU/PR** e se não receber provimento, cabe Representação junto ao **TC**, além das medidas cabíveis junto ao Judiciário.



## **XII. Edital de Licitação procedida pelo CAU/GO.**

A título de colaboração anexamos Minuta de Edital de Tomada de Preços, levada a efeito pelo **CAU/GO**, que nos foi submetida e sofreu alguns pequenos ajustes.”

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Atenciosamente



Rodrigo Havro Dionisio Rodrigues  
Diretor-Presidente

Os seguintes documentos serão encaminhados via WeTransfer:

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

**Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda**

E-mail: [sinapro@sinapropr.org.br](mailto:sinapro@sinapropr.org.br)

Telefone: (41) 3078.4619

Celular|Wpp: (41) 9.8789.6174

Impugnação Aviso de Dispensa Eletrônica nº 013 2022 CAU-PR pdf  
Código do documento 9cf31279-63ec-4db9-8842-402723c54514



## Assinaturas



Rodrigo Havro Dionisio rodrigues  
rodrigo@grupoom.com.br  
Assinou

Rodrigo Havro Dionisio rodrigues

## Eventos do documento

### 10 Nov 2022, 15:13:14

Documento 9cf31279-63ec-4db9-8842-402723c54514 **criado** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email:sinapro@sinapropr.org.br. - DATE\_ATOM: 2022-11-10T15:13:14-03:00

### 10 Nov 2022, 15:18:01

Assinaturas **iniciadas** por NELI DE FATIMA LAPICHINSKY (b034fdc0-05bf-4c0f-9dde-eb1757803f98). Email: sinapro@sinapropr.org.br. - DATE\_ATOM: 2022-11-10T15:18:01-03:00

### 11 Nov 2022, 09:06:57

RODRIGO HAVRO DIONISIO RODRIGUES **Assinou** - Email: rodrigo@grupoom.com.br - IP: 189.124.226.215 (189-124-226-215.cable.cabotelecom.com.br porta: 48032) - [Geolocalização: -5.82575155249506 -35.210358769728494](#) - Documento de identificação informado: 906.592.959-20 - DATE\_ATOM: 2022-11-11T09:06:57-03:00

## Hash do documento original

(SHA256):977f835a76408a36d023ef09771eff772d7b6581bf35cbdb080bf548c7528413  
(SHA512):52c92376ce29c0493b60f6ce973578569ba3010ebc2c8449b7103c978f05d2058bac1c20a9efc0a268a325a409da1d2c1e7aa2c62f0c43502cb206bd9371d6

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

**Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign**