



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS/RJ

Concorrência Pública nº 006/2023
Contratação de Serviços Publicitários

E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. (doravante “E3”), já qualificada no procedimento licitatório em epígrafe, para contratação de serviços publicitários pela Prefeitura Municipal de Petrópolis/RJ, a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, para, no prazo legal, apresentar **CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS** das licitantes Danza Estratégia de Comunicação Ltda., Kiara Pontocom Comunicação Ltda. (Breve Comunicação Institucional), Azimuth Soluções Empresariais Ltda. e Mocape Criação e Produção Publicitária Ltda. (Do It Comunicação), conforme razões de fato e de direito a seguir demonstradas.

1. Cuida-se de Recursos Administrativos interpostos por Danza Estratégia de Comunicação Ltda. (doravante “**Danza**”), Kiara Pontocom Comunicação Ltda. (doravante “**Breve Comunicação**”, em razão do seu nome fantasia), Azimuth Soluções Empresariais Ltda. (doravante “**Azimuth**”) e Mocape Criação e Produção Publicitária Ltda. (doravante “**Do It Comunicação**”, em razão do seu nome fantasia), doravante mencionadas em conjunto como “**Recorrentes**”, contra as notas atribuídas às suas respectivas propostas técnicas pela douta Subcomissão Técnica na presente Concorrência Pública nº 006/2023, assim ordenadas:

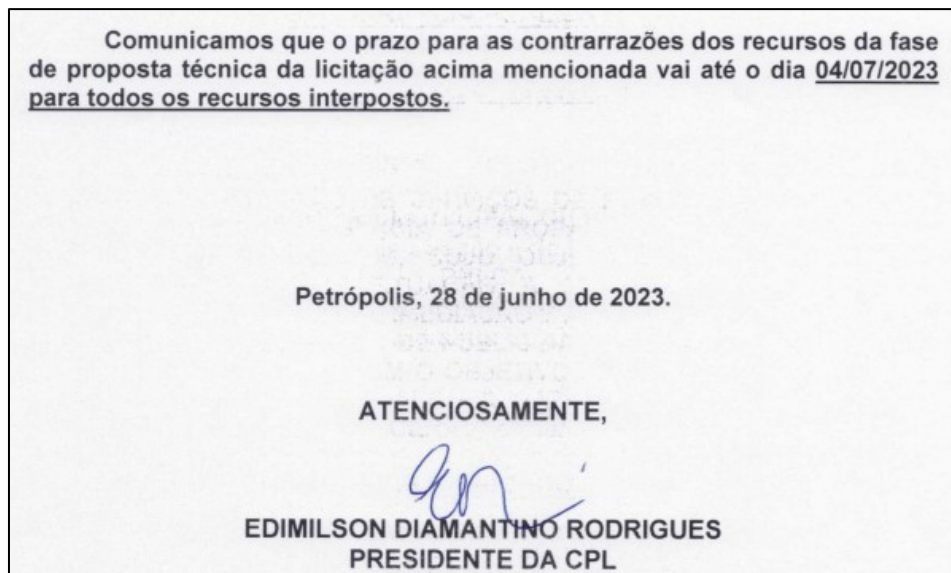
- 1º lugar - E3: 68,75 pontos;
- 2º lugar - Danza: 67,59 pontos;
- 3º lugar - Agência Nacional: 63,50 pontos;
- 4º lugar - Breve Comunicação: 54,50 pontos;
- 5º lugar - Azimuth: 51,41 pontos;
- 6º lugar - Tinoco Machado (DTP): 43,25 pontos;
- 7º lugar - Do It Comunicação: 40,92 pontos.

2. Em vista da situação singular em que se encontra a E3, atualmente a primeira colocada no certame, esta apresentará, pelo presente instrumento, suas contrarrazões a todos os recursos apresentados.

3. Desta feita, em apreço à eficiência processual e prezando por um debate claro e transparente, cada recurso será analisado individualmente, de forma a evidenciar o descabimento de todos os argumentos apresentados por todas as Recorrentes, na forma que segue:

I. TEMPESTIVIDADE

4. De início, registre-se que as presentes contrarrazões estão sendo interpostas nesta data em razão do comunicado de 28/06/2023, assinado pelo Ilustre Sr. Presidente da CPL e juntado ao portal eletrônico do Município¹, pelo qual foi noticiado que o prazo para interposição de contrarrazões contra todos os recursos terminaria em 04/07/2023, nestes termos:



5. Dessa feita, considerando a data informada por essa própria Administração como termo final da contagem do prazo, tem-se como inequívoca a tempestividade destas contrarrazões.

¹ Disponível em: https://www.petropolis.rj.gov.br/e-gov/sad/licitacoes_contratos/files/anexo_licitacao/3289/COMUNICADO%20SOBRE%20CONTRARRAZOES%20DA%20CP%2006-2023.pdf.

II. CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA LICITANTE DANZA

II.1. Da correta atribuição de notas ao quesito Capacidade de Atendimento à licitante Danza: alocação incorreta de funcionários e da evidente falta de experiência da Danza no atendimento a contratantes públicos em comparação à E3. Diferença de notas devidamente justificada.

6. Ao atribuir a nota média de 11,75 pontos (de 15 totais) ao quesito Capacidade de Atendimento da licitante Danza, a Subcomissão Técnica justificou que a experiência da concorrente se limitava aos contratos celebrados com prefeituras do Espírito Santo. Além disso destacou como ponto positivo o fato de terem sido alocados 28 funcionários para a execução do objeto contratual oriundo da Concorrência Pública nº 006/2023.

7. Insatisfeita com a nota atribuída, a agência Danza alegou que a Subcomissão Técnica deixou de avaliar a suposta “vasta experiência” com o Governo do Estado do Espírito Santo (*know-how*), bem como se omitiu sobre os prêmios recebidos pelo Presidente da empresa.

8. Quanto ao primeiro argumento, destaca-se, de início, que não é do feito desta E3 tentar rebaixar as suas concorrentes comparando-se a elas, pois entende que existem diversos modelos de negócios possíveis no mercado publicitário (o que não se confunde com comparar propostas, que é o que foi feito pela E3 em seu Recurso Administrativo). No entanto, tendo em vista que a própria licitante Danza comparou-se à E3, cabe aqui realizar algumas observações.

9. De início, deve-se considerar que a Capacidade de Atendimento apresentada pela E3 foi muito mais robusta e demonstrou que a agência possui experiência infinitamente superior à Danza em contratações públicas, para efeito de avaliação da *tradição, porte e conceito dos produtos e serviços no mercado* (item 12.2.2.a do edital²). Tanto é assim que a Danza elencou apenas 3 clientes públicos ou prestadores de serviços de interesse público, ao passo em que a E3 elencou 13 clientes de natureza pública em sentido amplo:

² 12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos)

a) O porte e a tradição dos clientes **atuais** do licitante e o conceito dos produtos e serviços no mercado;



E3	DANZA
Governo do Estado do Rio de Janeiro Município do Rio de Janeiro Município de Suzano Município de Niterói Município de São Carlos Município de Campinas Município de Jundiaí Município de Americana Município de Piracicaba Município de Hortolândia Departamento de Água e Esgoto de Jundiaí SESC/DF Conselho Federal da OAB	Governo do Estado do Espírito Santo Prefeitura de Colatina SESI/SENAI

10. Basta uma análise perfunctória para se verificar que, no que toca aos clientes de mesma natureza do Município de Petrópolis, o porte e tradição dos clientes apresentados pela E3 justificam uma nota muito superior do que a nota atribuída à Danza, seja quantitativamente (13 contra 3), seja qualitativamente: em relação aos estados, o Rio de Janeiro tem uma população mais de 4x maior que a do Espírito Santo; em relação aos municípios, as administrações atendidas pela E3 tem porte relativamente igual ou superior ao Município de Petrópolis, ao passo em que o Município de Colatina tem a metade da população de Petrópolis.³

11. A mesma constatação é feita ainda em relação aos clientes do setor privado: a Danza “recheou” seu portfólio com clientes de atuação apenas local ou regional, inclusive com menção a micro e pequenas empresas⁴, ao passo em que a E3 indicou cliente com porte, abrangência e reconhecimento nacional.

12. Veja-se, além disso, que a Subcomissão Técnica deve avaliar (como foi feito) apenas os clientes efetivamente trazidos pela própria licitante ao documento de Capacidade de Atendimento. Ou seja, é absolutamente irrelevante, para o presente processo, se a licitante atendeu (conforme indica a agência Danza em seu Recurso Administrativo) às Secretarias do Estado do Espírito Santo, o BANESTES e BANDES, se isso não atende ao requisito de contemporaneidade ao certame (conforme item 12.2.2.a do edital) ou se isso não foi trazido aos autos do processo licitatório no momento oportuno (ou na peça oportuna).

³ Dados do IBGE (2020/2021), disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/>.

⁴ É o caso, por exemplo, das clientes “Restaurante Salata Verde”, inscrita no CNPJ 35.950.963/0001-30, e “Zorzal Gestão e Tecnologia”, inscrita no CNPJ 24.203.997/0001-45, ambas classificadas como microempresas.

13. Nesse contexto, caso os clientes mencionados pela Recorrente Danza não sejam **atuais**, como determina o item 12.2.2.a do edital, eles não podem ser considerados na avaliação. Se, eventualmente, forem atuais, além de não ser papel da Subcomissão Técnica “adivinhar” ou buscar, por meios externos, os clientes públicos atendidos pela Danza, o prazo para apresentá-los já precluiu, sendo vedado aos licitantes trazerem fatos novos em sede recursal. **Portanto, as referências aos clientes “Secretarias do Espírito Santo”, “BANESTES” e “BANDES” devem ser excluídas deste certame, bem como não avaliadas pelos eminentes julgadores.**

14. É notório, portanto, que a Douta Subcomissão seguiu a melhor técnica no momento de avaliar os principais clientes contidos na Capacidade de Atendimento de cada uma das duas agências, atribuindo nota objetivamente superior à agência E3, que demonstrou possuir vasta experiência, inclusive nacional, com publicidade para o setor público, para clientes de todos os portes.

15. Não fosse o bastante, entende-se que, ainda no que toca ao tema da pontuação da Capacidade de Atendimento e ao número de profissionais disponibilizados, a nota da licitante Danza deve ser **diminuída**, e não aumentada.

16. De acordo com a Ata da Subcomissão Técnica, o fato de a Danza ter indicado 28 profissionais é um fator **positivo** e foi levado em consideração na sua avaliação, levando à nota média de 11,75, veja-se:

Justificativas das notas (Danza)

- **Capacidade de atendimento**

Vasta experiência com prefeituras do Espírito Santo.

Outro ponto positivo é a quantidade de profissionais à disposição da Prefeitura de Petrópolis: 28.

Agência se mostra bem estruturada e bem equipada.

Ata de avaliação da Subcomissão Técnica para a proposta técnica da Danza

17. No entanto, **o número de profissionais é falacioso e exorbitante**, uma vez que decorre de um **descumprimento às regras editalícias**, o que não pode e não deve ser tolerado por essa Administração, tampouco servir para beneficiar a Recorrente Danza.

18. Isso porque o item 11.6.b é claro e inequívoco ao determinar que os profissionais indicados na Capacidade de Atendimento são aqueles que atuarão **na execução contratual**, nas áreas de “*estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento*”, veja-se:

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

[...]

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da **execução do contrato**, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

19. No entanto, dos supostos 28 profissionais indicados pela Recorrente, ao menos **8 deles não têm nenhuma relação com a execução contratual**, pois atuam em **funções e setores administrativos**:

Administrativo – Financeiro e Recursos Humanos

DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA - Evilasio de Ângelo

Formação: Graduado em Administração de Empresas com especialização em Finanças pela FGV e Gestão Empresarial pela UVV.

Tempo de Mercado: 42 anos

GESTÃO, ANÁLISE, PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO – Carlos Henrique de Oliveira Martins

Formação: Graduando em Gestão de Recursos Humanos pela FAESA.

Tempo de mercado: 16 anos

AUXILIAR ADMINISTRATIVA - Gabriella Anchieta Osvaldo

Formação acadêmica: Ensino médio completo.

Tempo de mercado: 6 anos

ASSISTENTE ADMINISTRATIVA - Paolla Alves de Araújo

Formação: Ensino Médio completo. Cursos Técnicos de Auxiliar Administrativo, Gestão Financeira e Gestão Empresarial.

Tempo de mercado: 10 anos

ASSISTENTE ADMINISTRATIVA - Daliene Ferreira Peixoto dos Santos Machado

Formação: Tecnólogo em Gestão Pública pela Uniasselvi de Vitória - ES

Tempo de mercado: 10 anos

ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS - Maria Luiza Falcão Carvalho

Formação: Administração pela Faculdade Estácio de Sá

Tempo de mercado: 12 anos

ADMINISTRAÇÃO E RECURSOS HUMANOS - Elizangela Pansini

Formação: Ensino Médio completo e cursos na área administrativa

Tempo de mercado: 8 anos

ESTAGIÁRIO ADMINISTRATIVO - Bernardo Nascimento Tatagiba Fundão

Formação: Graduando em Administração pela Faculdade Estácio de Sá de Vitória - ES

Tempo de mercado: 4 anos

Caderno de Capacidade de Atendimento da licitante Danza, fls. 11-13

20. Como se vê, o descumprimento às regras do item 11.5.3.b pela Danza é manifesto, pois houve alocação de profissionais sem atuação direta na execução do contrato, muitos dos quais auxiliares e estagiários (estes que, em tese, não devem exercer atividades laborativas, mas educacionais). Assim, **apenas 20 profissionais do Caderno de Capacidade de Atendimento daquela licitante efetivamente poderiam ser considerados para fins de avaliação e atribuição de pontuação.**

21. E mesmo em relação a esses profissionais supostamente alocados nas funções ligadas à execução contratual, observa-se que alguns profissionais parecem ter sido indicados com o único fim de “criar volume” na proposta do Caderno de Capacidade de Atendimento: é o que ocorre na área de Atendimento, em que 4 pessoas foram indicadas para intermediar o contato com essa Administração, o que, além de pouco factível, seria absolutamente ineficiente.

22. Ademais, é possível também notar que a avaliação da Danza foi bastante “generosa”, tendo-se relevada a presença de profissionais sem formação acadêmica específica para atuar nas funções desempenhadas:

PRODUÇÃO GRÁFICA E ARTE FINAL – William da Silva Aguiar

Formação: Técnico em Mecânica.

Tempo de mercado: 23 anos

DIREÇÃO DE ARTE - Amanda Christina Rodrigues Schauffert

Formação: Desenvolvimento de equipes (SABERES-2016); Vitrinismo (UNIEDUCAR - 2016); Cliente Fiel, Não Existe Vendedor Nato e Formação Gerencial (com Flávia Aragão - Consultora de varejo especializada em palestras e treinamentos, em 2015 e 2019)

MÍDIA DIGITAL – Kamilla Helena Alvarenga

Formação: Artes Plásticas pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) - interrompido.

Tempo de mercado: 4 anos

Caderno de Capacidade de Atendimento da licitante Danza, fls. 6 e 9

23. De maneira diametralmente oposta, a agência E3 apresentou profissionais em sua Capacidade de Atendimento exclusivamente ligados à etapa de execução artística das campanhas, todos eles com ampla experiência e tempo de mercado publicitário. O fato de o Presidente da Danza ter, isoladamente, recebido prêmios não é capaz de obstruir toda a consistência e coesão da equipe da E3, com todo o devido respeito ao profissional.

24. Que fique claro, todavia, que toda agência e profissionais começam com pouca experiência, e isso não é qualquer demérito à Concorrente. As inconsistências só foram destacadas com o intuito de demonstrar à Subcomissão Técnica que o **pleito de majoração de nota não possui qualquer sustentação**, visto que a avaliação em licitações de publicidade exige que os julgadores levem em conta a experiência das agências e a qualificação dos seus profissionais e **atribuam notas maiores àquelas que demonstrarem melhores condições de cumprir o contrato público de publicidade**.

II.2. Ainda a questão da indicação de profissionais que não atuarão na execução contratual. Descumprimento ao item 11.5.3.b do edital. Necessária desclassificação da licitante Danza ou, ao menos, a diminuição da nota recebida.

25. Um tema que merece aprofundamento é o descumprimento da licitante Danza ao item 11.6.b, que estabelece a forma de composição da Capacidade de Atendimento. Colaciona-se, novamente a redação do dispositivo:

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

[...]

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da **execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;**

26. No entanto, como já abordado, às fls. 11 a 13 a Danza indicou 8 profissionais de setores administrativos, isto é, que não exercem funções das áreas de “*estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento*” e, tampouco, atuarão na execução do contrato.

27. Essa conduta efetivamente induziu a avaliação da Subcomissão, que conferiu sua nota considerando os supostos 28 profissionais à disposição do contrato, reitera-se:

<p>Justificativas das notas (Danza)</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidade de atendimento <p>Vasta experiência com prefeituras do Espírito Santo.</p> <p>Outro ponto positivo é a quantidade de profissionais à disposição da Prefeitura de Petrópolis: 28.</p> <p>Agência se mostra bem estruturada e bem equipada.</p>
--

Ata de avaliação da Subcomissão Técnica para a proposta técnica da Danza

28. Como se vê, portanto, o descumprimento ao item 11.6.b do edital efetivamente beneficiou a Recorrente Danza, na medida em que pôde apresentar (e ser avaliada por isso) mais profissionais do que as Concorrentes, que, por sua vez, cumpriram o edital e se limitaram a apresentar os profissionais diretamente envolvidos na execução do contrato, omitindo aqueles em funções sem atuação direta – como os profissionais dos setores de Administração, Recursos Humanos, Jurídico, Tecnologia da Informação etc.

29. Ou seja, mais do que uma violação formal às regras estabelecidas, ao incluir profissionais em desacordo com o item 11.6.b do edital, a **Danza subverteu os princípios da isonomia, da impessoalidade e da competitividade, que regem este certame.**

30. Cumpre assinalar que a jurisprudência dos tribunais pátrios é unânime e pacífica no sentido de que os critérios de avaliação devem ser obedecidos à risca pelos licitantes, sob pena de desclassificação. O precedente judicial abaixo, que trata de descumprimento à verba referencial, pode ser aplicado analogamente ao presente caso:

Ementa: MANDADO DE SEGURANÇA. VINCULAÇÃO AO EDITAL. COMPROVAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS. DIREITO LÍQUIDO E CERTO DEMONSTRADO. SENTENÇA REFORMADA.

O desrespeito quanto ao valor no Plano de Comunicação, de fato, viola a garantia do interesse público e fere os princípios licitatórios da impessoalidade e da isonomia, na medida em que, ao não observar o limite da verba especificada no edital, a empresa leva vantagem tecnicamente em relação à proposta das demais.

Assim, a desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, é medida que se impõe.

Voto: A desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, se justifica, na medida em que, por se tratar o Plano de Comunicação Publicitária de requisito para a demonstração de técnica, é possível verificar que a empresa, com maiores recursos, pode oferecer mais planos de serviços de publicidade, uma vez que dispõe de um “orçamento” maior.

Em outras palavras, ao não observar o limite da verba especificada no edital, a empresa leva vantagem tecnicamente em relação à proposta das demais, que ficaram restritas ao valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

Assim, deve-se assinalar que **a questão da observância do valor, apesar de não se confundir com a análise da proposta financeira, interfere no critério “técnica” da licitação.**

Por outro lado, **a desconsideração das mídias excedentes pela comissão de licitação acaba por interferir subjetivamente no Plano de Comunicação Publicitário da licitante, e na própria estratégia de comunicação, o que não é razoável.**⁵

31. Demais disso, nem há que se cogitar que o vício da proposta poderia ser sanado ou relevado, uma vez que o próprio edital prevê, em seu item 12.4.a⁶, que será imediatamente desclassificada a proposta que descumprir ou não observar as determinações e exigências contidas no instrumento convocatório.

⁵ TJMG (5ª Câmara Cível). Apelação cível nº 10702130838650003. Relator: Des. Moacyr Lobato. Julgado em: 07/05/2015. Publicado em: 15/05/2015.

⁶ 12.4. Será desclassificada a Proposta que: a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

32. Diante das razões elencadas acima, a medida mais adequada seria a desclassificação da Danza deste certame, por ela não ter observado as exigências do item 11.6.b do edital. Essa desclassificação, salienta-se, pode ser feita a qualquer tempo, mesmo depois da fase recursal e de eventual classificação provisória da licitante Danza, com fundamento no princípio da autotutela administrativa.

33. Por derradeiro, caso essa Administração entenda que não é o caso de desclassificação da licitante Danza, deve-se, então, ser feita a redução da nota atribuída à licitante, uma vez que um dos fundamentos “positivos” que embasaram a sua avaliação foi o número de profissionais disponibilizados para o contrato, o que se mostrou falacioso e contrário ao edital.

II.3. Da omissão relevante da Danza: Contrato público com o Estado do Rio Janeiro, de 2021, que é apenas um (dos vários) dos clientes trazidos pela E3 em seu quesito de Capacidade de Atendimento.

34. A concorrente Danza afirma falsamente que a agência E3 não possui expertise com contratações públicas, pois teria iniciado o seu contrato com o Governo do Estado do Rio de Janeiro apenas em 2021.

35. Deve-se salientar, no entanto, que inexistente qualquer relação lógica entre o fato de ter a agência E3 iniciado **um** de seus diversos contratos em 2021 e a experiência pretérita acumulada por ela. Veja-se que, se assim fosse, o argumento utilizado pela Danza atingiria a si própria, porque os três contratos públicos celebrados por ela, conforme se extrai de sua Capacidade de Atendimento, **são igualmente de 2021** (Governo do Estado do Espírito Santo - Secretaria da Fazenda), **2022** (SESI/SENAI) e **2023** (Prefeitura de Colatina).

36. A tese é, no mínimo, contraditória, pois, como pode uma agência recorrer afirmando que a concorrente não possui experiência por ter celebrado contrato público em 2021, se todos os contratos dela foram, também, celebrados a partir de 2021?

37. Para além da utilização deste argumento malicioso, que visa apenas tumultuar a licitação e confundir a Subcomissão Técnica, **a agência Danza se omite sobre os demais clientes trazidos pela E3 em sua Capacidade de Atendimento.**

38. Como já adiantado, enquanto a concorrente traz apenas três contratos públicos de recente data, a agência E3 trouxe exemplos nominais de treze contratos da mesma

espécie, **destacando clientes ativos desde 2016**. Isso sem contar os contratos que não estão mais em vigor e que, portanto, não puderam constar no Caderno de Capacidade de Atendimento, por força do item 12.2.2.a do edital.

39. Ademais, sublinha-se, ainda, que a experiência da E3 no Rio de Janeiro não está limitada ao Governo Estadual (o que já é um grande diferencial em relação às suas concorrentes, em razão do porte do Estado do Rio de Janeiro), também tendo esta licitante em sua carta de clientes o Município de Niterói, cuja comunicação é de abrangência nacional e, ao lado de Petrópolis, é conhecido e reconhecido em todo o País.

40. Portanto, os fatos, omitidos pela Danza em seu Recurso, demonstram que a E3 possui mais experiência no mercado publicitário do que a Recorrente, e não o contrário.

II.4. Da correta avaliação da Subcomissão Técnica sobre o quesito Repertório da Danza: peças com erros básicos de design, campanhas genéricas, pouco claras e com baixo grau de criatividade.

41. O quesito Repertório da Danza foi corretamente avaliado pela Subcomissão Técnica, pois as peças publicitárias trazidas, como se verá, possuem erros básicos de *design*, são genéricas, pouco claras e com baixíssimo grau de criatividade. Não foi por outro motivo que os julgadores afirmaram o seguinte:

• **Repertório**

Peças fracas, pobres e sem identidade, como é o caso da do processo seletivo.

A da Prefeitura de Vitória é muito poluída, com muito texto e não diz muito.

Ata de avaliação da Subcomissão Técnica para a proposta técnica da Danza

42. Nota-se que ambas as frases avaliam os critérios postos pelo Edital e citados pela concorrente Danza, visto que era dever da Subcomissão julgar "*b) a qualidade execução e do acabamento da peça e/ou material*" e "*c) a clareza da exposição das informações prestadas*" (item 12.2.3 do edital).

43. Diferentemente do que afirma a agência Danza, as fontes utilizadas na peça da Prefeitura de Vitória não são "modernas e amigáveis", bem como o neon utilizado na campanha não é claro e de simples visualização. A peça, pelo contrário, está poluída e utiliza

paleta de cores que dificulta e confunde o público-alvo, que precisa se esforçar para ler a grande quantidade de informações alocadas em meio às cores saturadas.

44. Quando se analisa a peça “Anúncio de Revista – Prefeitura de Vitória”, vê-se um exemplo de como não organizar informações e conceber uma peça para o meio impresso. Tem-se aqui falta de criatividade, fotos que parecem retiradas de banco precário de imagens e *closes* que não mostram em nada a grandiosidade de uma importante cidade como Vitória. Elementos nos títulos confundem em muito a leitura, e fica difícil saber onde começa e onde termina o título da peça. Um investimento desperdiçado em uma peça com texto fraco, generalista, e que se resume somente em apresentar uma premiação explicada em uma citação em fonte quase ilegível.

45. Os mesmos erros de *design* acontecem no anúncio da faculdade Multivix, no qual se nota a presença de cores fortes e saturadas que dificultam a visualização do texto e das imagens da campanha. Percebe-se, por exemplo, que o fundo do cartaz (degradê amarelo e vermelho) se confunde com a cor da camisa da modelo (amarelo), com os emojis (amarelos e vermelhos, em sua maioria) e com o texto em destaque (vermelho).

46. A peça também tenta fazer uma brincadeira que não dá certo: o conceito segue na contramão do que a peça apresenta (Relacionamento Sério *versus* Emojis de gargalhada, “sarro”). Nenhum *call to action* fica evidente, e, em meio a toda poluição visual, nenhuma informação relevante para que o público possa optar pelo cliente, nada que cause diferenciação, desejo. Para piorar, um aplique reduzido que causa impacto quase nulo na peça e contribui para uma péssima relação investimento x retorno – trata-se de uma “aula” de como não priorizar o bom investimento da verba do cliente e não se atentar ao princípio da economicidade.

47. Além disso, a concorrente Danza afirma que se valeu de *influencers* em suas campanhas, o que teria sido o destaque para atingimento do sucesso. No entanto, apesar de usar o termo no plural, traz o exemplo de apenas uma influenciadora no cartaz da Multivix, sem explicar quem é essa pessoa e o que faz (a fim de averiguar a relação da modelo/seu público com a campanha).

48. Portanto, ficam bastante claros os motivos pelos quais a Subcomissão Técnica decidiu retirar a pontuação da concorrente Danza no quesito Repertório, visto que os critérios de clareza e boa execução/qualidade das campanhas apresentadas estão expressamente previstos no Edital, em seu item 12.2.3, alíneas “b” e “c”, **inexistindo qualquer**

violação ao princípio da legalidade e da vinculação ao instrumento convocatório por parte dos doutos julgadores, como quer erroneamente fazer parecer a agência Danza.

II.5. Da inexistência de violação aos princípios da proporcionalidade e da razoabilidade. Invocação de precedentes judiciais desconexos com o caso.

49. Ainda no quesito de Repertório, alega a concorrente Danza que a Subcomissão Técnica violou os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade ao julgar o seu Repertório com base em critérios não previstos no edital, o que teria causado uma avaliação "desarrazoada".

50. Como já se adiantou, a má execução de uma ideia (poluição da peça da Prefeitura de Vitória) e a falta de clareza (campanha da faculdade Multivix) nas campanhas apresentadas são motivos legítimos para a retirada de pontos da concorrente Danza, visto que são critérios expressamente previstos no edital em seu item 12.2.3, alíneas "b" e "c", respectivamente, como trouxe a própria Recorrente. Colaciona-se direto do edital:

12.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos)

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) A clareza da exposição das informações prestadas.

51. Já se rechaça qualquer alegação de violação ao dever de vinculação ao edital e ao princípio da legalidade com a simples leitura do instrumento convocatório.

52. Aliás, a qualidade técnica das campanhas (o que necessariamente engloba o acabamento da peça e a clareza das informações) deve ser critério obrigatoriamente avaliado pela Subcomissão Técnica, conforme se extrai do artigo 8º da Lei nº 12.232/2010:

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de **quesitos** destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente **e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.**

53. O quesito a que faz referência o artigo 8º é claramente o Repertório, que está englobado no "conjunto de informações referentes ao proponente" da proposta técnica, conforme previsto no artigo 6º, inciso III, citado pela norma:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

III - **a proposta técnica será composta** de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e **de um conjunto de informações referentes ao proponente;**

54. Além do mais, deve-se destacar à douta Subcomissão Técnica que os dois precedentes judiciais trazidos pela Danza merecem ser ignorados, pois não fazem referência ao caso concreto ora analisado.

55. O primeiro deles traz considerações sobre exigência excessiva na fase de habilitação no que se refere à apresentação de balanço patrimonial sem a assinatura do sócio-administrador da empresa. No julgamento, entendeu o Superior Tribunal de Justiça (STJ) que a exigência era meramente formal e não prevista no edital, **o que não se pode transportar para o caso em apreço**, pois os critérios de clareza e qualidade das campanhas do Repertório não são meramente formais e estavam expressamente previstos no edital (item 12.2.3, alíneas "b" e "c") e na Lei Federal nº 12.232/2010 (artigo 8º).

56. O segundo precedente faz referência à possibilidade da Comissão de Licitação (e não da Subcomissão Técnica) tomar providências (diligências) para sanar vício meramente formal na fase de habilitação do certame, requerendo a complementação dos documentos pelo licitante mais bem qualificado. O entendimento também não pode ser transportado para a fase de julgamento técnico, **pois seria um verdadeiro absurdo defender-se que as agências poderiam complementar o conteúdo do Invólucro nº 3 após sua abertura**, sob o argumento de que o documento é "meramente formal", visto que o prazo para apresentação da proposta técnica já se esgotou.

57. Portanto, não há que se falar em violação aos princípios da vinculação ao edital, da legalidade, da proporcionalidade e da razoabilidade, ainda mais com os precedentes desconexos trazidos pela agência Danza.

II.6. Da correta avaliação da Subcomissão Técnica sobre o quesito Relatos de Solução de Problemas da E3: campanha "Coronavírus Niterói" forte e concisa que foi executada com respeito absoluto às normas vigentes de isolamento social do Município.

58. Afirma a concorrente Danza que os Relatos de Solução de Problemas da E3 não foram julgados com o rigor aplicado ao julgamento dos relatos por ela apresentados. Como se verá, todavia, a alegação da concorrente é infundada.

59. A agência Danza inicia suas impugnações dizendo que o material apresentado pela E3 seria "extremamente pobre", pois não utilizaria recursos como "fotos" e "frases de efeito". Mas questiona-se: desde quando, para uma campanha publicitária ser considerada "forte, concisa e impactante" (nas palavras da Douta Subcomissão), é obrigatório que se utilizem fotos e frases de efeito?

60. Vários são os elementos que podem ser adotados pelas campanhas, sob pena de serem veiculadas sempre as mesmas publicidades, estas sim genéricas, que não se destacam em relação às demais. De qualquer modo, a concorrente Danza omite o fato de que uma das três peças da campanha "Niterói contra o Coronavírus" utiliza os elementos "foto" e "frase de efeito" ("*A prevenção ainda não saiu de moda. Continue fazendo bonito: cuide de você e de quem você ama*"):



Caderno de Relatos da E3, fl. 7

61. No caso da campanha "Niterói contra o Coronavírus", observa-se a utilização de recursos que são criativos e impactantes, com estética moderna e que chama a atenção do público para a mensagem: a personagem está em casa (casa ao fundo), trabalhando em *home office* (como estava parcela considerável da população durante a pandemia) com a mensagem ao lado (destacada, com cores diversas do plano de fundo) e a utilização da figura estilística de paranomásia (trocadilho), com a frase "*Niterói está fazendo o seu dever. De casa*", que chama

a atenção do leitor e induz a reflexão pelo uso criativo da pontuação e pela originalidade da campanha.

62. Portanto, o que faz a concorrente Danza ao afirmar que não consegue enxergar a criatividade destacada pela Subcomissão Técnica na campanha da E3 é fechar os olhos para os elementos utilizados, tentando forçar uma interpretação claramente contrária à realidade com base em alegações genéricas e que tentam desesperadamente retirar pontos da campanha alheia, por não conseguir a pontuação desejada.

63. Em seguida, a concorrente Danza assegura que, em sua visão, a campanha “Niterói contra o Coronavírus” contém uma inconsistência ao adotar a estratégia de entrega de panfletos durante a pandemia, enquanto o contato físico estava restringido.

64. Quanto a esse ponto, é preciso destacar que o público-alvo que se tentou atingir com a **pequena** parcela da campanha veiculada em panfletos impressos foram os cidadãos que, por qualquer motivo que fosse, não poderiam ou não queriam permanecer em casa, alcançando a parcela da população que não seria atingida apenas por campanhas em meio virtual. Por consequência, não há qualquer tipo de irregularidade na campanha apresentada nos Relatos de Solução de Problemas da agência E3, que visou o amplo público do Município contratante.

65. Outrossim, tenta novamente a concorrente Danza confundir a Subcomissão Técnica por meio da omissão de informações relevantes do objeto impugnado. Neste caso, a Recorrente alega que os meios digitais de comunicação estavam em ascensão, mas “esquece” que a campanha “Niterói contra o Coronavírus” foi veiculada majoritariamente em meio virtual, servindo os panfletos como meio subsidiário de atingir apenas o público citado acima.

66. Pelo narrado, não merecem prosperar nenhuma das alegações da concorrente Danza, devendo ser mantida a nota atribuída ao quesito Relatos de Solução de Problemas de Comunicação da licitante E3.

II.7. Das premissas falsas adotadas pela Danza para defender a campanha “Capixabear”. Inexistência de nexos causal entre os fatos alegados e a publicidade produzida. Omissão da fonte da notícia que desmente a afirmação da Danza.

67. Seguindo no quesito de Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, parte a concorrente Danza da equivocada premissa de que teria obtido nota máxima (5,0) em

uma das duas campanhas apresentadas e 0,65 na outra, visto ter acostado duas publicidades ("Capixabear" e "Multivix") e ter obtido a nota de 5,65 pontos.

68. Nada indica para essa conclusão, visto que as campanhas foram criticadas pela Subcomissão Técnica e com total razão, como se passará a demonstrar.

69. Na primeira delas, "Capixabear", vislumbra-se um conteúdo genérico, com uma análise de cenário extremamente superficial, sem dados. Para demonstrar a evidência de seu planejamento estratégico, a concorrente Danza usa apenas cinco linhas nas quais simplesmente não se diz o que planejou e executou, valendo-se de texto genérico e sem respaldo nas ações adotadas. Confira-se:

O que fizemos: para chamar a atenção desses públicos, criamos uma identidade própria para o Turismo do Espírito Santo. Algo que diferenciasse de destinos concorrentes no Sudeste e na Bahia, remetendo ao jeito leve de aproveitar a estação mais esperada do ano: capixabear. Com esse mote trouxemos cores, sons e imagens que traduzem o DNA capixaba, convidando os turistas a capixabearem e conhecerem as belezas e atrativos turísticos do estado.

70. Ou seja: que estratégia foi utilizada? Quais meios? Houve estratégia no ambiente digital? Onde se encontra, neste texto genérico, a evidência do planejamento publicitário?

71. O “ponto alto” da campanha, segundo a Recorrente, seria a evidenciação das belezas e atrativos turísticos do Espírito Santo para convidar os turistas a visitarem o estado. No entanto, basta assistir ao vídeo e analisar o material impresso para se verificar um erro básico da campanha publicitária: a **completa ausência de informações sobre os tais atrativos turísticos**, com emprego de imagens desconexas e descontextualizadas (tais como praias, cachoeiras e cidades litorâneas).

72. Como, exatamente, os turistas poderiam ser “convidados” para o estado se não conseguem distinguir (em relação ao que existe no restante do Brasil) e, principalmente, localizar o que estão vendo?



Caderno de Relatos da Danza, fls.7 e 8

73. No mais, nas páginas 7 e 8 dos Relatos (fazendo parte da mesma campanha impressa), observa-se a utilização de frases em amarelo com uma fonte ilegível, além de diversos elementos que poluem a imagem.

74. A concorrente Danza também invoca dados de suposto sucesso da campanha "Capixabear" que não possuem qualquer nexo de causalidade com a veiculação da publicidade em análise. Afirmo a licitante, em síntese, que ocorreu um aumento de 123,3% no setor turístico do Espírito Santo logo após e durante a veiculação da campanha, nos primeiros meses de 2022, em relação ao ano anterior (2021).

75. Todavia, a agência Danza se vangloria de fatores que não foram causados por efeito direto de sua campanha, em desrespeito ao critério de avaliação previsto no item 12.2.4 do Edital⁷. O contexto inteiro da época em que foi veiculada a publicidade fez com que o aumento se desse espontaneamente, visto que os primeiros meses do ano em cidades litorâneas (como é o caso dos Municípios mais famosos do Espírito Santo) apresentam aumentos significativos de atividade turística.

⁷ Item 12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos); (...) b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (...)

76. Mas a inconsistência no argumento da concorrente Danza não para por aí. Veja-se que, em 2021 (ano anterior a campanha), a população vivenciava o auge do distanciamento social em razão da pandemia do Coronavírus, havendo a restrição em voos nacionais e a proibição de deslocamentos com objetivos turísticos, visto que vários pontos se encontravam fechados ou com acesso limitado pelas autoridades locais.

77. Com a reabertura do comércio e do afrouxamento das medidas de segurança, inclusive retornando os aeroportos aos fluxos normais, os turistas voltaram a realizar viagens nacionais e internacionais, sendo esta a causa direta e imediata do aumento vertiginoso de 123,3% indicado pela Danza no verão.

78. Tanto é assim que **a concorrente Danza omitiu deliberadamente, no Recurso, a fonte dos dados, pois a sua revelação derrubaria os seus próprios argumentos.** Destaca-se aos julgadores **a notícia do próprio Governo do Espírito Santo que indica que o aumento de mais de 100% foi registrado em vários Estados no mesmo período:**

Em termos regionais, todas as 12 unidades da federação onde o indicador é investigado mostraram avanço nos serviços voltados ao turismo, com destaque para os estados do Ceará (135,8%), Minas Gerais (132,7%), Espírito Santo (123,3%), Distrito Federal (108,0%), Bahia (105,7%) e Rio Grande do Sul (104,5%).⁸

79. A concorrente também tenta forçar a narrativa de que o verbo "capixabear" "pegou" na população local, o que não parece ser verdade. Para provar suas alegações, a Recorrente acosta *prints* de reportagens meramente descritivas e capturas de tela de tuítes de usuários da rede social Twitter. No entanto, basta realizar a mesma pesquisa do termo na plataforma Twitter para se notar que as postagens guardam distância temporal bastante significativa (com vários dias ou semanas entre uma publicação e outra, ou seja, o termo é pouco utilizado no dia a dia) e é empregada por um baixíssimo número de pessoas, sendo a maioria das postagens com esse termo publicadas pelos perfis da própria Administração Estadual.

80. Se não bastassem todos estes motivos para retirada da pontuação da agência Danza, também se deve salientar que a campanha da faculdade particular Multivix foi mal executada. No *outdoor* apresentado pela concorrente, notam-se diversos erros de execução

⁸ Disponível em: <https://www.es.gov.br/Noticia/espírito-santo-registra-o-3o-maior-crescimento-de-atividades-turisticas-no-brasil>.

técnica: fontes que dificultam a leitura, foto do modelo em cenário escuro e estranho, um conceito pouco criativo e clichê, e nenhuma evidência de qualidade do cliente.

81. Fica muito clara a baixa qualidade técnica na execução e a incapacidade de construir um *case* robusto, fundamentado, que evidencie como se deu o trabalho de planejamento, idealização e execução da licitante no certame.

82. Em conclusão, tanto não deveria ser aumentada a nota média atribuída à concorrente Danza no quesito de Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, como a nota deveria ser reduzida, pois calculada de maneira desproporcional. Como narrado no Recurso da agência E3, apesar da Subcomissão Técnica destacar mais pontos negativos do que positivos nas campanhas da Danza, a sua nota foi superior a 50% da nota total do quesito, diferentemente do que ocorreu com o Repertório.

II.8. Da inexistência de fundamento jurídico para desclassificar a agência E3 na fase de julgamento das propostas técnicas. Desconhecimento da Recorrente Danza a respeito do processamento das licitações de publicidade regidas pela Lei nº 12.232/2010.

83. A Recorrente Danza encerra seu recurso com uma linha argumentativa que causa bastante espanto pelo nível de desconhecimento dos termos do edital da Concorrência Pública nº 006/2023 e da própria lei que rege este certame - a Lei nº 12.232/2010.

84. Alega, em síntese, que o fato de ter a concorrente E3 conquistado o quarto lugar nas notas do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1) a tornaria incapaz de executar o objeto da licitação promovida pela Prefeitura de Petrópolis, devendo ser desclassificada.

85. No entanto, a Recorrente ignora, por completo, que nas licitações de publicidade as licitantes são avaliadas tecnicamente com base em suas pontuações **somadas** do Plano de Comunicação Publicitária (composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e do “Conjunto de Informações da Proponente” (composto por Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), conforme item 12.3.1 do edital:

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Aos quesitos ou sub quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

Edital da Concorrência Pública nº 006/2023

86. Além de estar expresso no edital, o artigo 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/2010 estabelece que julgamento desses quesitos não pode ser feito separadamente para fins de desclassificação, visto que é o conjunto desses quesitos que compõem a Proposta Técnica.

87. Soma-se a isso que, no certame em apreço, não havia previsão de nota mínima para desclassificação, de modo que, conforme item 12.4.b do edital, só poderiam ser imediatamente desclassificadas na fase de julgamento das propostas a licitante que recebesse nota "zero" em qualquer dos quesitos. **Isso não aconteceu com a agência E3.**

88. Portanto, qualquer desclassificação neste momento seria ilegal e contrariaria frontalmente o edital, devendo o estapafúrdio pedido da Danza ser rechaçado desde já.

II.9. Da inexistência de vícios absolutos/relativos e de suposto dano ao erário público. Pedido genérico sem fundamentação.

89. Como pedido subsidiário, a Recorrente pede que “*sejam então anuladas todas as fases da licitação ocorridas após os atos ilegais acima discutidos, de forma a se proceder em benefício e evitar prejuízo para a Administração e ao erário*” [sic]. No entanto, a Recorrente simplesmente não trouxe nenhum fundamento de fato ou de direito para esse pedido formulado, não tendo indicado a suposta ilegalidade na instrução processual (o que não se confunde com a sua discordância em relação à pontuação recebida), tampouco qual seria o “*prejuízo para a Administração e ao erário*” que seria evitado com essa medida.

90. Diante da generalidade e falta de fundamentação do pedido, pede-se, com igual brevidade, o seu desprovimento por essa Administração.

III. CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA LICITANTE BREVE COMUNICAÇÃO

III.1. Do esgotamento do prazo para impugnação da formação da lista de profissionais para composição da Subcomissão Técnica. Recurso que viola o prazo estipulado no item 18.3.4 do Edital.

91. A concorrente Breve Comunicação tenta impugnar intempestivamente a formação da Subcomissão Técnica que, diferentemente do alegado, seguiu todos os procedimentos previstos na Lei nº 12.232/2010 e no edital da concorrência em apreço.

92. Segundo afirma a concorrente em seu próprio recurso, o prazo para impugnação dos membros da lista prévia para formação da Subcomissão já se encontra esgotado. Como expressamente indica o item 18.3.4 do Edital, a data limite para apresentação das impugnações era de 48 horas antes da sessão pública destinada ao sorteio dos integrantes definitivos.

93. A estratégia de impugnar elementos formais apenas quando o resultado da licitação desagrade a parte não vencedora deve ser reprimida pela Comissão Permanente de Licitação. Afinal, estaria a concorrente impugnando intempestivamente os supostos vícios (que inexistem) se houvesse logrado a primeira colocação?

94. Assim, como o prazo já se extinguiu, deve o Recurso Administrativo da licitante Breve ser considerado intempestivo, não sendo apreciado por esta Comissão Permanente de Licitação.

III.2. Inexistência de irregularidades. Inexistência de dano à Administração Pública.

95. Em caráter subsidiário, serão apresentadas as contrarrazões da parcela do Recurso da concorrente Breve que trata da formação da Subcomissão Técnica, para o caso de entender a Comissão Permanente de Licitação que, por qualquer motivo que seja, o mérito deva ser apreciado.

96. A licitante Breve segue seu Recurso indicando que possui sérias dúvidas em relação à qualidade técnica dos possíveis integrantes da Subcomissão Técnica, visto que as notas atribuídas para alguns concorrentes foram extremamente baixas.

97. Veja-se que a afirmação da concorrente Breve é equivocada, pois a premissa não possui qualquer relação lógica com a consequência narrada. O fato de as notas terem sido baixas não decorre da qualificação técnica dos julgadores, mas sim da baixa qualidade das propostas técnicas apresentadas pelas concorrentes, na visão dos componentes da Subcomissão Técnica. Inexiste qualquer irregularidade na qualificação profissional dos julgadores simplesmente pelo fato de serem mais ou menos rígidos em suas avaliações.

98. Foi também indicado pela recorrente Breve que alguns documentos relativos à comprovação da formação técnica ou de identidade dos integrantes da lista prévia da Subcomissão Técnica não foram encontrados ou acostados ao processo administrativo licitatório – alguns dos quais poderiam ser facilmente encontrados pela licitante com uma rápida busca na internet (como a comprovação de vínculo da Sra. Janaina da Matta do Carmo, que está no Portal da Transparência do Município⁹).

99. De início, veja-se que, de todos os integrantes da lista prévia citados pela Recorrente, apenas um deles foi efetivamente sorteado para formação definitiva da Subcomissão Técnica (Sr. Gibson Floret de Freitas Júnior), tendo a **documentação** dos demais adquirido, após o sorteio e, principalmente, nesta etapa processual, o caráter de mera formalidade, visto que não influenciaram direta ou indiretamente na formação do resultado da licitação.

100. Eventual anulação de todo o certame (ou retorno à fase de sorteio e formação da Subcomissão) com base em vício sanável meramente formal, iria de encontro ao princípio constitucional da eficiência (art. 37, *caput*, da Constituição Federal), visto que nenhum dano concreto foi causado à Administração Pública, à ampla concorrência ou aos licitantes.

101. Assim, é evidente que, no caso em tela, o princípio do formalismo moderado deve prevalecer, realizando-se, caso se entenda necessário, o saneamento dos autos do processo administrativo, no que couber e não causar prejuízo à regular tramitação do certame.

102. Note-se que os documentos comprobatórios da experiência e vinculação com o Poder Público são meramente declaratórios de uma condição específica do membro sorteado para a Subcomissão e dos demais integrantes da lista prévia. O vínculo administrativo e a expertise em atividades publicitárias não desaparecem do mundo fático com a eventual

⁹ Disponível em:

https://web2.petropolis.rj.gov.br/transparencia/adm_direta/consultas/servidores/Prefeitura%20de%20Petropolis/2023/Relacao%20de%20Servidores%20-%20Prefeitura%20de%20Petropolis%2005%202023.pdf.

não apresentação do documento respectivo, bastando, para sanar o vício relativo, a juntada de tais certidões ao processo administrativo (que terão efeitos retroativos, meramente comprobatórios de um fato pretérito), evitando-se a anulação danosa do certame.

103. Por fim, no que se refere à formação da Subcomissão Técnica, a licitante Breve impugna o fato de dois dos integrantes da lista prévia serem "estudantes", sendo um deles o citado Sr. Gibson Floret de Freitas Junior, efetivamente sorteado para a Subcomissão.

104. O ponto destacado não merece provimento, porque o fato é irrelevante e não possui fundamento legal ou editalício. Não há subsídio que fundamente a impugnação relatada, visto que nem o edital nem a Lei nº 12.232/2010 exigem que os integrantes da Subcomissão já estejam graduados ou sequer que estejam em processo de graduação em publicidade e propaganda (ou qualquer outro curso), bastando a experiência/atuação em atividades publicitárias. É o que se extrai, inclusive, do artigo 10, § 1º, da Lei nº 12.232/2010 e dos artigos 1º¹⁰ e 8º¹¹ da Lei nº 4.680/1965.

105. Portanto, nenhum dos pedidos formulados pela licitante no que diz respeito à qualificação da Subcomissão Técnica merecem prosperar e, se entender a Comissão Permanente de Licitação que quaisquer vícios relativos foram constatados, a solução tomada deverá consistir na mera apresentação dos documentos comprobatórios de situação que sempre existiu e sempre foi regular (vínculo com a Administração e expertise prática com serviços publicitários pelos integrantes da lista prévia).

III.3. Da falta de interesse da licitante Breve Comunicação em impugnar e aumentar as notas dadas às demais concorrentes. Ilegitimidade ativa da Breve Comunicação para pleitear direito alheio em nome próprio. Inexistência dos vícios apontados.

106. Para defender as supostas irregularidades do certame, a licitante Breve cita diversos trechos dos julgamentos proferidos pela Subcomissão Técnica em relação às

¹⁰ Art 1º São Publicitários aqueles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos veículos de divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

¹¹ Art 8º O registro da profissão de Publicitário ficará instituído com a promulgação da presente Lei e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontrem no exercício da profissão. Parágrafo único. Para o citado registro, o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos: a) 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda; **2 - ou atestado de frequência, na qualidade de estudante;** 3 - ou, ainda, atestado do empregador; b) carteira profissional e prova de pagamento do Imposto Sindical, se já no exercício da profissão.

propostas técnicas apresentadas pelas concorrentes E3, Do It Comunicação, Nacional, Danza e DTP, citando a nota atribuída a si própria uma única vez.

107. Neste ponto, entende-se que a recorrente Breve não poderia recorrer das notas atribuídas às outras concorrentes, salvo para defender a redução da pontuação conferida. **Não se vislumbra qualquer interesse recursal nas referidas impugnações**, pois a recorrente Breve não obteria benefícios de eventual decisão procedente que, analisando os vícios alegados, melhoraria a posição das demais concorrentes.

108. Se as citadas concorrentes concordassem com os vícios de julgamento alegados, caberia às próprias prejudicadas pleitear o aumento/reavaliação das notas, como assim efetivamente o fizeram as licitantes E3, Danza, Do It Comunicação e Azimuth.

109. Além da falta de interesse recursal, o que faz a licitante Breve com seu recurso é **pleitear direito alheio em nome próprio, atitude vedada pelo ordenamento jurídico brasileiro**, salvo exceções previstas em Lei. Não cabe à Breve defender que a pontuação atribuída violou direito desta ou daquela licitante, nos termos do artigo 18 do Código de Processo Civil (“*Art. 18. Ninguém poderá pleitear direito alheio em nome próprio, salvo quando autorizado pelo ordenamento jurídico.*”). O entendimento também é seguido em âmbito administrativo:

RECURSO ADMINISTRATIVO. PROGRESSÃO DE SERVIDORES PÚBLICOS DO PODER JUDICIÁRIO. INTERSTÍCIO DE 2011 A 2012. SERVIDOR EM ESTÁGIO PROBATÓRIO. VEDAÇÃO LEGAL. ILEGITIMIDADE ATIVA. PEDIDO QUE FOGE AO CAMPO DO DIREITO INDIVIDUAL. AUSÊNCIA DE INTERESSE RECURSAL. INEXISTÊNCIA DE INCOMPATIBILIDADE ENTRE OS ATOS NORMATIVOS QUE DISCIPLINAM A MATÉRIA. RECURSO ADMINISTRATIVO NÃO CONHECIDO. 1. No caso, o recorrente não tem legitimidade para formular pedido de publicação de edital apartado em prol dos servidores que ficaram impedidos de se inscrever para o desempenho na carreira, no interstício de 1/6/2011 a 31/5/2012, regido pelo Edital nº 70/2013-TJCE, **conquanto se trate de direito alheio para o qual não tem poder de pleitear em nome próprio**. 2.(...). 4. Recurso Administrativo não conhecido. ACÓRDÃO Vistos, relatados e discutidos estes autos, acorda o Órgão Especial do Tribunal de Justiça do Estado do Ceará, à unanimidade, em não conhecer do Recurso Administrativo, nos termos do voto do Relator, que faz parte desta decisão. Fortaleza, 13 de outubro de 2016. FRANCISCO GLADYSON PONTES Relator.¹²

¹² (TJ-CE - Recurso Administrativo: 85180317620138060000 CE 8518031-76.2013.8.06.0000, Relator: FRANCISCO GLADYSON PONTES, Órgão Especial, Data de Publicação: 13/10/2016).

110. Desse modo, as alegações de supostas irregularidades presentes no julgamento das propostas técnicas das licitantes E3, Do It, Nacional, Danza e DTP, apresentadas pela Breve Comunicação, devem ser ignoradas pela Comissão Permanente de Licitação e/ou pela Subcomissão Técnica.

111. De qualquer modo, rebater-se-á cada uma das alegações da licitante Breve, a fim de restar demonstrado cabalmente que inexistiu qualquer irregularidade ou uso de critérios não previstos em Edital, pela Subcomissão Técnica, para justificar a diminuição das notas das concorrentes no Invólucro nº 3. Confira-se cada comentário da Recorrente Breve abaixo, com as respectivas contrarrazões:

Argumento no Recurso da Breve:

Sobre a agência Azimuth: “sem experiência na administração pública”. Isso não é um pré-requisito do edital em questão.

Sobre a agência E3: “Notória experiência no atendimento à administração pública”. Isso não é um pré-requisito do edital em questão.

Sobre a agência DTP: “nenhum cliente forte”. Isso não é um pré-requisito do edital em questão.

Sobre a agência Do It: “Não tem experiência com governos”. Isso não é um pré-requisito do edital em questão.

Sobre a agência Nacional: “Vasta experiência com administração pública”. Isso não é um pré-requisito do edital em questão.

112. A recorrente Breve está equivocada e ainda demonstra desconhecimento dos critérios previstos no Edital. O porte, tradição e a experiência da agência com contratações públicas (que são bastante diferentes das contratações privadas) estão previstos como elementos de avaliação do quesito Capacidade de Atendimento, conforme se extrai do item 12.2.2, alíneas "a" e "b" do Edital¹³. Nota-se que avaliar o porte, tradição e o conceito envolve tanto os contratantes de natureza privada como os de natureza pública. **E existindo experiência em relação a apenas um deles, justifica-se a diminuição proporcional da nota.**

113. Sobre o tema, são valiosas as lições da doutrina:

¹³ Item 12.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos): a) O porte e a tradição dos clientes atuais do licitante e o conceito dos produtos e serviços no mercado; b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (...)

O conjunto de informações destina-se a evidenciar a potencial qualidade do serviço a ser executado. Isso é especialmente relevante nos casos em que a prestação a ser executada refletir o nível de habilidade e qualificação do pessoal, **a experiência anterior do licitante** e outros aspectos da organização empresarial.

Portanto, quanto maior a experiência, a qualificação do pessoal, a qualidade de trabalhos anteriores, tanto mais elevada será a vantajosidade da proposta apresentada.

O conjunto de informações atinentes ao licitante destina-se a comprovar não apenas a condição de executar um mínimo, mas envolve uma **projeção quanto à capacidade do sujeito de executar uma proposta de qualidade superior**.¹⁴

114. A presente licitação se rege, como sabe a Recorrente, pelo critério de julgamento **melhor técnica**. E isso significa que os avaliadores detêm, sim, margem para avaliar as propostas (e seus quesitos) dentro dos parâmetros especificados pelo edital, conforme sua experiência e qualificação técnica, inclusive comparando-as às demais. Do contrário, a Lei nº 12.232/2012 não determinaria a criação de um corpo técnico para avaliar as propostas, bastando apenas um julgador sem conhecimento específico da matéria (ou até mesmo um simples robô) para fazer um *checklist* de palavras, com nenhuma criteriosidade técnica na avaliação.

115. Novamente faz-se o uso das lições doutrinárias de Marçal Justen Filho:

É evidente que **a avaliação das propostas técnicas não consiste em uma atividade de simples subsunção mecânica de documentos aos critérios decisórios**. Haverá sempre a possibilidade de que os diversos membros da subcomissão técnica adotem entendimentos distintos. O tema não comporta uma certeza aritmética.

[...] No entanto, **é inevitável uma margem de subjetivismo no julgamento, que é insuprimível em licitações que avaliem a criatividade**. Tal como exposto nos comentários ao art. 6º, a lei adota certos mecanismos destinados a garantir a impessoalidade das decisões. Ou seja, busca-se assegurar que o julgamento se faça sem tomar em vista a identidade dos licitantes, sendo produzido por um conjunto de agentes dotados de conhecimento técnico diferenciado.¹⁵

¹⁴ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010*. Belo Horizonte, Fórum, 2020, p. 290.

¹⁵ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010*. Belo Horizonte, Fórum, 2020, p. 328-329.

116. De igual clareza:

Há um fundamento metodológico subjacente a licitações que, em gênero, envolvem o critério de melhor técnica e, em específico, a licitações de publicidade. Neste caso, a Subcomissão técnica precisa realizar um exame comparativo entre as propostas apresentadas, que afinal sintetizará a melhor técnica dentre os concorrentes, apta a receber a maior pontuação. A gradação dentre as várias pontuações refletirá a maior ou menor adequação de cada proposta, uma em referência a outra.

Tal método comparativo é justamente o que impede o primado do subjetivismo, ao mesmo tempo em que confere utilidade aos critérios objetivos do certame.

Não houvesse a ponderação referencial acerca da melhor técnica, os critérios relacionados à técnica publicitária tenderiam a inutilidade.

[...] Nesse caso de ausência de ponderação relacional, a própria existência da Subcomissão técnica seria dispensável. Seria suficiente que os integrantes da própria Comissão de Licitação, mesmo leigos, atestassem o cumprimento direto e satisfatório de cada requisito para então conferir a nota máxima a quem realizasse a esse modo.

Evidentemente que não se passa assim. A própria Lei não pretendeu. Ao contrário: atribuiu a especialistas a tarefa de comparar a técnica publicitária de proposta configuradas sob limites estimados pelos critérios de julgamento contidos no edital. Em outras palavras, a Lei nivelou os concorrentes pelo topo, não pela base. Será vencedor aquele que apresentar a melhor técnica em relação aos demais licitantes, dentro de um cenário comum a todos eles.¹⁶

117. Pelo exposto, portanto, é incabível o argumento da Recorrente ao pretender se imiscuir na análise técnica empreendida pela Subcomissão Técnica.

Argumento no Recurso da Breve:

Sobre a agência Danza: “Algumas estratégias são confusas. Como é o caso do slogan “capixabear”: difícil de falar e de entender”. O relato apresentado pela agência foi referendado pelo seu cliente. Além disso, a agência mostrou dados de resultado.

118. Novamente a recorrente Breve demonstra desconhecimento do Edital e defende que a Subcomissão Técnica não deveria adotar uma posição crítica dos relatos

¹⁶ OLIVEIRA, Fernão Justen de. *Método de julgamento de melhor técnica em concorrências de serviços de publicidade*. Informativo nº 85, março de 2014.

apresentados pelos clientes da Agência Danza, sua concorrente. Em primeiro lugar, a qualidade das campanhas desenvolvidas pela agência aos clientes como critério de avaliação está prevista na Lei nº 12.232/2010, em seu art. 8º (“Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e **o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes**”), e permite avaliar a evidência de planejamento publicitário e a consistência da solução em face do problema de comunicação (item 12.2.4, alíneas “a” e “b”, do edital). Aliás, se as peças desenvolvidas aos clientes das agências licitantes não fossem objeto de avaliação pela Subcomissão Técnica, como entende a Recorrente, nem faria sentido o edital determinar sua apresentação.

119. Como segundo ponto, conforme desenvolvido no tópico 1.7 destas Contrarrazões, inexistente nexos causal entre os dados apresentados pela concorrente Danza e a veiculação de sua campanha “Capixabear”, pois o crescimento de 123,3% no turismo do Estado ocorreu por conta do afrouxamento do isolamento social. Tanto que diversos outros Estados apresentaram os mesmos índices no mesmo período.

120. Portanto, não assiste razão à recorrente e, se analisado o mérito da tese, devem os vícios apontados serem considerados inexistentes.

III.4. Retirada de pontos da Breve Comunicação no quesito de Capacidade de Atendimento que atendeu as previsões do instrumento convocatório.

121. Dentro das defesas de direito alheio em nome próprio, a recorrente Breve Comunicação apresenta um único vício que entendeu existente no julgamento de seu Invólucro nº 3. Em síntese, alega que o critério “número de clientes” não foi previsto no edital e, por isso, não deveria motivar a retirada da pontuação de sua proposta técnica.

Argumento no Recurso da Breve:

Sobre a agência Breve: “Equipe qualificada, porém a empresa tem poucos clientes (e que são de pequeno a médio porte).” Mais uma vez isso não é um pré-requisito do edital em questão.

122. Mais uma vez, a concorrente Breve se equivoca em sua argumentação e certifica para todos que não realizou leitura atenta do instrumento convocatório. O número de clientes, que é um forte indicativo da qualidade dos trabalhos da agência e de sua solidez mercadológica, estava prevista de forma clara e precisa no item 12.2.2, alínea “a” do Edital (“O

porte e a tradição dos clientes atuais do licitante e o conceito dos produtos e serviços no mercado").

123. A impugnação da recorrente Breve deve ser, portanto, desprovida, sem acarretar-lhe qualquer aumento ou revalidação de nota no quesito "Capacidade de Atendimento".

III.5. Da inexistência de vícios na avaliação do quesito de Relatos de Solução de Problemas de Comunicação da licitante E3.

124. A fim de diminuir a nota da primeira colocada, a recorrente Breve defendeu que a Subcomissão Técnica avaliou o quesito de Relatos de Solução de Problemas de Comunicação de forma equivocada, visto que a execução da campanha não era mérito da agência, e sim do *briefing* disponibilizado pela Administração. Confira-se:

Argumento no Recurso da Breve:

Sobre a agência E3: “a empresa se mostrou conhecedora de Petrópolis, incluindo-a no roteiro de uma peça do governo do estado sobre férias no fim de ano”. Aqui cabe destacar que não é, necessariamente, a agência que define o conteúdo de peças e campanhas de um cliente. A agência planeja e cria a forma a partir de um *briefing*.

125. O argumento não merece prosperar. Em primeiro, a irresignação não se lastreia em qualquer meio de comprovação. É apenas uma vazia afirmação – um “achismo”.

126. Em segundo, despreza todo o papel criativo que diferencia as concorrentes entre si. A afirmação da concorrente Breve foi extremamente infeliz e desqualificou até mesmo o seu próprio trabalho e de seus profissionais. Não é o *briefing* que define a qualidade final da campanha, mas sim a execução artística e criativa das empresas especializadas. A mera existência de diversas propostas técnicas diferentes em uma licitação de publicidade, todas feitas com base no mesmo *briefing*, é prova disso.

127. Aliás, se a mesma linha argumentativa da Recorrente fosse aplicada aos próprios Relatos, também seria imperioso reconhecer que os méritos das campanhas e estratégias de publicidade desenvolvidas não são seus, mas sim dos seus clientes.

128. Além disso, os pontos positivos destacados pela Subcomissão no quesito de Relatos de Solução de Problemas da agência E3 fazem referência à sua campanha originada do

contrato público com o Governo do Estado do Rio de Janeiro que, com intuito de incentivar o turismo no Estado, convida o público-alvo a visitar Petrópolis e outros diversos Municípios. E isso foi, sim, fruto do processo criativo da E3.

129. Como a agência E3 demonstrou experiência pretérita inclusive com publicidades direcionadas para o Município de Petrópolis, a Subcomissão Técnica corretamente levou o fato em consideração no momento da distribuição das notas. Não há nada irregular, desproporcional ou imoral nesta avaliação (a experiência e o porte das concorrentes são diariamente avaliados por contratantes públicos e privados em suas negociações), devendo a impugnação da recorrente Breve ser devidamente rechaçada.

IV. CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA LICITANTE DO IT COMUNICAÇÃO

IV.1. Do julgamento e atribuição das notas pela Subcomissão Técnica. Interpretação equivocada do Edital pela recorrente Do It Comunicação.

130. A Recorrente Do It Comunicação inaugura seu Recurso Administrativo abordando suposta ilegalidade cometida pela douta Subcomissão Técnica no processamento do julgamento das propostas técnicas recebidas.

131. De acordo com aquela licitante, a Subcomissão teria analisado **coletivamente** (isto é, os três membros da Subcomissão teriam analisado em conjunto, de forma consensual) e **agrupada** (sem distinguir os critérios estabelecidos em edital), contrariando, em tese, o art. 11, § 5º, incisos III, IV, V e VI, da Lei nº 12.232/2010.

132. Para sustentar a primeira alegação, a Recorrente se limita a afirmar que o Edital, em seu item 19.2.6, alíneas "b" e "e", e a Lei nº 12.232/2010, em seu artigo 11, § 4º, incisos III e V, ordenam a avaliação individualizada das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes.

133. De início, essa afirmação não é verdadeira, pois **não se extrai das atas da Subcomissão Técnica que tenha havido um julgamento colegiado**. Mais do que isso, **ainda que isso tivesse acontecido, não haveria qualquer ilegalidade**.

134. Explica-se.

IV.1.1 Inexistência de qualquer comprovação ou indício de análise coletiva das propostas

135. Para sustentar a suposta “avaliação coletiva”, a Do It Comunicação cita, de forma bastante confusa: (i) que isso estaria escrito nas atas das sessões da Subcomissão Técnica; (ii) que a Subcomissão elaborou uma planilha geral de notas, o que seria de competência da Comissão Permanente de Licitação; (iii) que as justificativas para a notas foram apresentadas em um único documento; (iv) que não houve grande variação das notas conferidas pelos membros da Subcomissão Técnica.

136. Entre erros de interpretação, evidente falta de experiência no mercado de contratações públicas e notável desconhecimento das regras editalícias e legais, nada do que afirma a Recorrente subsidia a sua tese recursal.

137. Em relação ao **ponto i)** e às atas das sessões de julgamento, que afirmam que as propostas foram analisadas de forma ordenada e sequencial, por proposta por quesitos: Trata-se apenas e tão somente da forma de organização dos trabalhos da Subcomissão, uma vez que todos os membros precisam analisar e pontuar, no mesmo local e horário, todos os 7 quesitos/subquesitos de todas as licitantes. Se considerado que os Invólucros nº 1 não contêm nenhuma identificação, é mais do que evidente que qualquer desorganização ou equívoco nessa etapa poderia causar graves e insanáveis problemas, tais como inversão de notas entre as propostas técnicas. Portanto, não há nada de anormal nessa medida.

138. Em relação ao **ponto ii)**, nota-se que a Recorrente não soube interpretar os documentos de avaliação elaborados pela Administração e os dispositivos da legislação de regência, assim como não tem quase nenhuma experiência com licitações de publicidade.

139. As atas da Subcomissão Técnica deixam claro que cada um de seus membros analisou cada uma das propostas e pontuou, individualmente, cada um dos quesitos/subquesitos de avaliação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação). Tanto é assim que cada uma das notas é diferente entre os quesitos e entre os membros da comissão, como se extrai do exemplo da Pasta nº 1:

Pasta nº 1

Conceito da campanha: “O sentimento é nobre. O trabalho é real”

Subitem (edital)	Quesito/Subquesito	Nota máxima	Notas atribuídas			Média	Justificativas
			Gibson Floret de Freitas Junior	Rodrigo Junqueira de Andrade	Vinicius Henter Carneiro Bastos		
12.2.1.1.	Raciocínio básico	10	8,5	9	9	8,833333333	Ver próxima página
12.2.1.2.	Estratégia de comunicação publicitária	20	10	10	8	9,333333333	
12.2.1.3.	Ideia criativa	20	8	7	7	7,333333333	
12.2.1.4.	Estratégia de mídia e não mídia	15	8,25	9	7,5	8,25	
12.2.1.	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	65	34,75	35	31,5	33,75	

Ata de avaliação da Subcomissão Técnica ao Invólucro nº 1

140. Ora, as notas de cada um dos membros da Subcomissão Técnica estão lá, individualmente destacadas. **É absolutamente inequívoco que cada um dos membros conferiu a cada um dos quesitos/subquesitos a nota que entendia mais adequada**, levando à respectiva nota média e, ao fim, a nota média final de toda a Proposta Técnica.

141. Mas a irresignação da licitante Do It Comunicação vai a além e ela afirma que seria ilegal o fato de as notas estarem consolidadas em uma mesma planilha e de a Subcomissão Técnica ter elaborado a média aritmética das notas dos quesitos/subquesitos. Ou seja, para ela, haveria alguma regra impondo o sigilo entre as notas dos membros da Subcomissão.

142. Equivoca-se largamente a Recorrente.

143. O que a Lei determina é que deve haver o sigilo do Plano de Comunicação Publicitária (Via não Identificada), de forma que os membros da Subcomissão Técnica não tomem conhecimento dos respectivos autores antes e durante a avaliação. Não há na Lei e no edital, tampouco em qualquer outro edital de licitação de publicidade, uma regra que diga que os membros não podem conhecer as notas dos seus pares.

144. De igual modo, não há nenhum impedimento para que a Subcomissão consolide essas notas em um único documento e realize a média aritmética dos quesitos, como foi feito. Aliás, isso é o que ocorre em TODOS os certames de publicidade.

145. Apenas a título exemplificativo, junta-se, em anexo, as atas de julgamento de Subcomissões Técnicas em quatro certames:

- a) Ministério das Comunicações - Concorrência nº 1/2021 (**doc. 1**);
- b) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - Concorrência nº 1/2021 (**doc. 2**);
- c) BNDES - Concorrência nº 1/2020 (**doc. 3**);
- d) Governo do Estado do Rio de Janeiro - Concorrência nº 1/2021 (**doc. 4**)

146. Como se observa em todos esses certames, a Subcomissão pode, sim, consolidar as notas atribuídas em apenas uma planilha e realizar o cálculo das respectivas médias aritméticas para os subquesitos do Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária (Via não Identificada)) e, separadamente, as médias das notas dos quesitos dos cadernos do Invólucro nº 3.

147. O art. 11, inciso VII, alínea “c”, da Lei nº 12.232/2010, citado pela Recorrente¹⁷, estabelece que compete à Comissão de Licitação elaborar a **planilha geral de pontuação dos quesitos**. E isso é óbvio: a Subcomissão Técnica não sabe quem são os autores dos Planos de Comunicação Publicitária (Via não Identificada), então ela não poderia fazer a planilha geral de pontuação. Justamente por isso é que quem elaborou essa planilha geral foi a Comissão Permanente de Licitação, na sessão de abertura do Invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada):

Por fim, o Presidente da Comissão Permanente de Licitação (CPL) realizou o somatório das duas notas (Invólucro Nº.: 1 + Invólucro Nº.: 3), de acordo com o determinado pelo Edital, quando se verificou as seguintes pontuações finais das empresas Licitantes:

- E3 Comunicação Integrada LTDA, Pasta (1): 68,75
- Azimuth Soluções Empresariais LTDA ME, Pasta (2): 51,41
- Mocape Criação e Produção Publicitária LTDA, Pasta (3): 40,92
- Kiara Pontocom Comunicação LTDA, Pasta (4): 54,50
- Agência Nacional de Propaganda LTDA, Pasta (5): 63,50
- Danza Estratégia de Comunicação LTDA, Pasta (6): 67,59
- Tinoco Machado Comércio e Representações LTDA EPP, Pasta (7): 43,25

¹⁷ Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS/EDITAL	Pasta 1 - E3	Pasta 2 - Azimuth	Pasta 3 - Mocape	Pasta 4 - Kiara	Pasta 5 - Agencia	Pasta 6 - Danza	Pasta 7 - Tinoco	
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65	33,75	43,33	28,17	35,33	28,50	45,50	29,42	
Raciocínio Básico	10 pontos	8,83	3,83	4,33	8,67	5,00	6,67	6,33	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos	9,33	14,33	7,67	9,00	7,33	13,00	8,33	
Ideia Criativa	20 pontos	7,33	16,67	9,67	10,67	5,67	17,33	10,00	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos	8,25	8,50	6,50	7,00	10,50	8,50	4,75	
Capacidade de Atendimento	15	15,00	3,25	4,75	8,00	15,00	11,75	5,00	
Repertório	10	10,00	2,83	5,00	5,67	10,00	4,67	4,50	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	10,00	2,00	3,00	5,50	10,00	5,67	4,33	
Pontuação máxima total	100	68,75	51,41	40,92	54,50	63,50	67,59	43,25	Total por empresa

CPL
 Simoni de Sá Ferreira
 Fernanda Aparecida Cordeiro de Almeida
 Pablo dos Santos Linhares de Jesus

Ata da sessão de abertura do Invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada) pela CPL e elaboração da planilha geral de pontuação dos quesitos

148. Portanto, também nesse ponto a Recorrente não tem razão.

149. Em relação ao **ponto iii)**, sobre a apresentação das justificativas em documento único: mais uma vez, a licitante Do It Comunicação tenta criar novas regras que não existem no edital e na Lei. Em nenhum lugar há vedação para que a Subcomissão Técnica apresente suas justificativas em documentos separados. O que a lei exige é que na ata da Subcomissão Técnica constem as justificativas, o que efetivamente aconteceu:

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de **ata de julgamento** do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a **justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso**;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
 VI - **elaboração de ata de julgamento** dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a **justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso**;

150. E “cada caso” não significa “cada membro”, como tenta emplacar a Recorrente, mas, sim, cada um dos subquesitos (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e quesitos (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) avaliados. Ou seja, o que seria vedado é a Subcomissão elaborar uma nota e uma justificativa única e não detalhada para todos os subquesitos e quesitos.

151. Novamente, apenas para demonstrar a correição da conduta da douta Subcomissão Técnica, cita-se, a título exemplificativo, os certames do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (doc. 2) e do BNDES (doc. 3), no qual a forma de apresentação das justificativas foi exatamente a mesma que a da Subcomissão Técnica no presente certame:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES
 CONCORRÊNCIA Nº 01/2021
 PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO / PROPOSTA:		Nº PROPOSTA 1	CONCEITO:		UM PASSO PARA OS BRASILEIROS, UM SALTO PARA O BRASIL		DATA:	24/01/2022
SUBQUESITO / QUESITO		PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTAS DA SUBCOMISSÃO			MÉDIAS	Justificativas
				Bruno Aragão Pradera	João Eduardo Tabalipa Ferreiras	Marcella Souza Carneiro		
Raciocínio Básico	10	2	9,90	10,00	9,33	9,74	Excelente análise das características e especificidades do MCTI, pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados e ótima assertividade.	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	4	19,16	18,23	19,32	18,90	Excelente partido temático e conceito, argumentação consistente, com boas possibilidades de interpretação, consistência técnica, boa articulação de conhecimentos e proposta exequível.	
Ideia Criativa	25	5	23,69	22,41	24,27	23,46	Excelente alinhamento, solução criativa pertinente, boa adequação, compatível com os meios, original e com boas interpretações favoráveis, mensagem clara, precisa e adequada. Exequibilidade da proposta com a verba.	
estratégia de Mídia e Não Mídia	15	3	13,90	13,00	14,40	13,77	Excelente adequação com as ações sugeridas. Consistente tecnicamente, bom conhecimento do público-alvo. Ótima proposta de uso dos meios próprios com bom grau de eficiência.	
SOMAMATÓRIO		70	14	66,65	68,64	67,32	65,87	PONTUAÇÃO TOTAL - NÃO IDENTIFICADA

Ata de julgamento da Subcomissão técnica do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - Concorrência nº 1/2021 (doc. 2)

152. Portanto, também esse suposto “indício” de avaliação coletiva das propostas técnicas deve ser rechaçado, uma vez que não há qualquer impedimento à consolidação das justificativas na ata de julgamento da Subcomissão Técnica.

153. E, por fim, em relação ao ponto **iv)**: Neste ponto da peça recursal, a Recorrente demonstra não só completo desconhecimento sobre o mercado público de publicidade, mas também falha com um princípio basilar da economia e probabilidade estatística: a completa desconsideração das variáveis e condicionantes.

154. A Recorrente alega, com base em suas mirabolantes contas matemáticas, que seria estatisticamente impossível que os três avaliadores da Subcomissão Técnica dessem notas tão próximas, o que, segundo ela, “nunca acontece nas licitações” e seria algo “inédito”.

155. Em primeiro lugar, a Recorrente desconsidera completamente que quem avalia as propostas não são robôs, mas profissionais com qualificação pertinente ao tema, que o fazem com base nos **mesmos critérios definidos no edital**. Portanto, existem variáveis e condicionantes que limitam a suposta aleatoriedade do julgamento, ao contrário do que afirma a Recorrente. Aqui, tem-se a mais perfeita aplicação da máxima “*a estatística é a arte de torturar os números até eles confessarem aquilo que queremos ouvir*”.

156. Em segundo lugar, a Recorrente utiliza, sem nenhum cuidado com a técnica jurídica, o art. 6º, inciso VII, da Lei nº 12.232/2010¹⁸ para argumentar que o “normal” é a variação entre as notas dos membros da Subcomissão Técnica ser superior a 20%.

157. Tal argumentação é absolutamente incabível. Basta uma leitura atenta do art. 6º, inciso VII, da Lei nº 12.232/2010 para observar que ele dispõe uma regra de exceção para um cenário de exceção. Tanto é assim que ele determina a reavaliação “*sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% [...]*”. Ou seja, a exceção é a variação acima de 20%.

158. Aliás, tanto é assim que basta uma rápida análise em outros certames de publicidade para verificar que a variação é, via de regra, muito baixa entre as notas dos membros da comissão.

¹⁸ VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

159. E, mais uma vez, os quatro certames em anexo comprovam esse fato:

Órgão - Certame	Nº de Licitantes/Propostas	Ocorrência de variação superior a 20% nas notas
Ministério das Comunicações - Concorrência nº 1/2021 (doc. 1)	15	Nenhuma
Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - Concorrência nº 1/2021 (doc. 2)	8	Nenhuma
BNDES - Concorrência nº 1/2020 (doc. 3)	14	Nenhuma
Governo do Estado do Rio de Janeiro - Concorrência nº 1/2021 (doc. 4)	18	Nenhuma

160. Sublinha-se que, no caso da Concorrência nº 1/2021 do Ministério das Comunicações (doc. 1), foram julgadas **15 propostas** a partir de **12 quesitos/subquesitos**. Nem mesmo neste caso houve uma variação de notas superior a 20%, o que, segundo a Recorrente, seria “muito raro” e “quase impossível”.

161. Assim, é inequívoco que a tese da Recorrente não tem nenhum respaldo na realidade.

162. Como se vê, simplesmente nenhum dos supostos indícios de “julgamento coletivo” das propostas técnicas se sustenta.

IV.1.2. Ad argumentandum tantum: a inexistência de ilegalidade caso houvesse um julgamento colegiado das propostas

163. **Apenas por amor ao debate**, mesmo se toda a argumentação da E3 no tópico anterior fosse completamente desconsiderada e se houve algum indício de julgamento colegiado das propostas (o que se cogita em cenário hipotético), ainda assim, não haveria qualquer ilegalidade a ser corrigida.

164. Isso porque a interpretação editalícia e legal da concorrente Do It Comunicação não coaduna com a melhor interpretação das normas citadas. **Em nenhuma parte da Lei ou do Edital há a vedação de que a motivação da decisão da Subcomissão Técnica, a partir da avaliação de seus membros, seja consolidada em um único documento, havendo**

previsão apenas de que cada proposta técnica de cada licitante seja julgada individualmente, por quesitos. Ou seja, cabe à Subcomissão, como corretamente o fez, julgar uma proposta e um quesito por vez, fundamentando cada uma das conclusões tomadas, mesmo que tal fundamentação seja expressa de forma unificada.

165. Em síntese, o que a Lei exige é que deve a avaliação individualizada se dar por julgamento singular do cumprimento dos quesitos por cada concorrente, isto é, não se pode atribuir uma nota global: é preciso dar notas para o Raciocínio Básico, para a Estratégia de Comunicação, e assim adiante até a obtenção da média aritmética final.

166. Tanto é que o Tribunal de Contas da União (TCU) possui firme entendimento em sentido totalmente contrário ao que sustenta a recorrente Do It Comunicação. O TCU interpreta que a competência para julgamento das propostas técnicas é da Subcomissão Técnica como órgão colegiado, e não de cada integrante individualizado. Veja-se precedente recentíssimo, de abril de 2023:

ACÓRDÃO Nº 742/2023 – TCU – Plenário

Voto

13. Outrossim, importa ressaltar que a Lei em comento não prevê em qualquer de seus dispositivos que cada membro da Subcomissão Técnica deva atribuir pontuações ou justificativas individuais, pessoais, para os quesitos sob avaliação. Quem avalia as propostas das licitantes, quanto à adequação dos planos de comunicação publicitária e aos requisitos de capacidade técnica, é a subcomissão, enquanto órgão de julgamento, e não cada membro individualmente.

14. Com base no exposto, contrariamente ao que propôs a unidade instrutiva, entendo que não houve qualquer falha no procedimento adotado para julgamento individualizado dos planos de comunicação e dos quesitos técnicos das propostas no certame sob análise, motivo pelo qual concluo pela improcedência das alegações da representante também em relação a esse ponto.¹⁹ (grifou-se)

167. A decisão, tomada pelo Plenário do TCU, além de muito clara, está de acordo com a intenção legislativa, pois o que se pretende com os diversos subquesitos/quesitos exigidos para formar a nota final da Proposta Técnica é uma análise de diferentes aspectos da proposta, evitando-se que a análise de um quesito (por exemplo, do Raciocínio Básico) interfira na avaliação de outro (por exemplo, da Capacidade de Atendimento).

¹⁹ (TCU - RP: 7422023, Relator: AROLDO CEDRAZ, Data de Julgamento: 19/04/2023).

168. Portanto, ainda que os membros da Subcomissão Técnica tivessem decidido em conjunto as notas das propostas (o que não aconteceu, reitera-se, até porque cada membro conferiu notas próprias), não haveria qualquer ilegalidade, pois o que exige é a avaliação **individual dos subquestos/questos** e a **justificativa individual das notas dos subquestos/questos**. E isso foi feito pela Subcomissão Técnica deste certame: cada subquesto/questo foi analisado individualmente e recebeu uma nota e a respectiva justificativa para ela, sem que fossem considerados os demais subquestos/questos.

169. Portanto, sob qualquer ponto de vista, os argumentos da Recorrente não merecem prosperar.

IV.2. Da correta avaliação da Subcomissão Técnica sobre experiência pretérita das concorrentes, inclusive com contratantes públicos.

170. Afirma a concorrente Do It Comunicação, de forma sintética, que o critério "atendimento anterior a Governos" não estava estabelecido no Edital. A conclusão da recorrente é equivocada.

171. De modo igualmente breve, reiterando-se os argumentos expostos em relação ao recurso da licitante Breve, destaca-se que o critério de avaliação da Capacidade de Atendimento, levando-se em consideração a experiência com clientes de mesma natureza que o Município de Petrópolis, pode ser extraído da leitura do item 12.2.2, alíneas "a", do edital, segundo o qual são critérios o porte, a tradição e o conceito dos serviços. Nota-se que avaliar o porte, tradição e o conceito envolve tanto os contratantes de natureza privada como os de natureza pública. **E existindo experiência em relação a apenas um deles, justifica-se a diminuição proporcional da nota, é simples como parece.**

172. Sobre o tema, são valiosas as lições da doutrina:

O conjunto de informações destina-se a evidenciar a potencial qualidade do serviço a ser executado. Isso é especialmente relevante nos casos em que a prestação a ser executada refletir o nível de habilidade e qualificação do pessoal, **a experiência anterior do licitante** e outros aspectos da organização empresarial.

Portanto, **quanto maior a experiência**, a qualificação do pessoal, a qualidade de trabalhos anteriores, **tanto mais elevada será a vantajosidade da proposta apresentada**.

O conjunto de informações atinentes ao licitante destina-se a comprovar não apenas a condição de executar um mínimo, mas envolve uma **projeção quanto à capacidade do sujeito de executar uma proposta de qualidade superior.**²⁰

173. A presente licitação se rege, como sabe a Recorrente, pelo critério de julgamento **melhor técnica**. E isso significa que os avaliadores detêm, sim, margem para avaliar as propostas (e seus quesitos) dentro dos parâmetros especificados pelo edital, conforme sua experiência e qualificação técnica, inclusive comparando-as às demais. Do contrário, a Lei nº 12.232/2012 não determinaria a criação de um corpo técnico para avaliar as propostas, bastando apenas um julgador sem conhecimento específico da matéria (ou até mesmo um simples robô) para fazer um *checklist* de palavras, com nenhuma criteriosidade técnica na avaliação.

174. Novamente faz-se o uso das lições doutrinárias de Marçal Justen Filho:

É evidente que **a avaliação das propostas técnicas não consiste em uma atividade de simples subsunção mecânica de documentos aos critérios decisórios**. Haverá sempre a possibilidade de que os diversos membros da subcomissão técnica adotem entendimentos distintos. O tema não comporta uma certeza aritmética.

[...] No entanto, **é inevitável uma margem de subjetivismo no julgamento, que é insuprimível em licitações que avaliem a criatividade**. Tal como exposto nos comentários ao art. 6º, a lei adota certos mecanismos destinados a garantir a impessoalidade das decisões. Ou seja, busca-se assegurar que o julgamento se faça sem tomar em vista a identidade dos licitantes, sendo produzido por um conjunto de agentes dotados de conhecimento técnico diferenciado.²¹

175. De igual clareza:

Há um fundamento metodológico subjacente a licitações que, em gênero, **envolvem o critério de melhor técnica e, em específico, a licitações de publicidade**. Neste caso, a Subcomissão técnica precisa realizar um **exame comparativo entre as propostas apresentadas, que afinal sintetizará a melhor técnica dentre os concorrentes, apta a receber a maior pontuação**. A

²⁰ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010*. Belo Horizonte, Fórum, 2020, p. 290.

²¹ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010*. Belo Horizonte, Fórum, 2020, p. 328-329.

gradação dentre as várias pontuações refletirá a maior ou menor adequação de cada proposta, uma em referência a outra.

Tal método comparativo é justamente o que impede o primado do subjetivismo, ao mesmo tempo em que confere utilidade aos critérios objetivos do certame.

Não houvesse a ponderação referencial acerca da melhor técnica, os critérios relacionados à técnica publicitária tenderiam a inutilidade.

[...] Nesse caso de ausência de ponderação relacional, a própria existência da Subcomissão técnica seria dispensável. Seria suficiente que os integrantes da própria Comissão de Licitação, mesmo leigos, atestassem o cumprimento direto e satisfatório de cada requisito para então conferir a nota máxima a quem realizasse a esse modo.

Evidentemente que não se passa assim. A própria Lei não pretendeu. Ao contrário: atribuiu a especialistas a tarefa de comparar a técnica publicitária de proposta configuradas sob limites estimados pelos critérios de julgamento contidos no edital. Em outras palavras, a Lei nivelou os concorrentes pelo topo, não pela base. Será vencedor aquele que apresentar a melhor técnica em relação aos demais licitantes, dentro de um cenário comum a todos eles.²²

176. Pelo exposto, portanto, é incabível o argumento da Recorrente ao pretender se imiscuir na análise técnica empreendida pela Subcomissão Técnica.

IV.3. Da inexistência de irregularidades na diferença das notas atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1) e Conjunto de Informações das Licitantes (Invólucro nº 3). Julgamentos que respeitam a realidade fática.

177. Segue a concorrente Do It Comunicação em seu Recurso Administrativo alegando que vislumbra irregularidades no fato de as agências E3 e Nacional receberem a nota máxima na avaliação do Invólucro nº 3, apesar de terem obtido notas menores nos subquestos do Invólucro nº 1.

178. Percebe-se mais um equívoco na argumentação adotada pela concorrente, visto que inexistente relação alguma entre o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e o Conjunto de Informações das Licitantes.

²² OLIVEIRA, Fernão Justen de. Método de julgamento de melhor técnica em concorrências de serviços de publicidade. Informativo nº 85, março de 2014.

179. Enquanto o primeiro avalia a atuação da agência em relação a um caso fictício, tomando como base a execução específica da concorrente com as informações oferecidas pelo *Briefing* especificamente desenvolvido para a licitação em apreço, a segunda avalia a experiência e o porte da empresa com base em *cases* e campanhas pretéritas concretas, seu portfólio de clientes e o modo como resolver desafios de comunicação com seus outros contratantes.

180. O fato de uma concorrente obter nota não tão próxima da máxima no Plano de Comunicação, em vista de não ter executado, na visão da Subcomissão, a campanha proposta pelo *Briefing* de forma exauriente, não significa necessariamente que essa mesma empresa não cumprirá com os requisitos editalícios avaliados no Conjunto de Informações (*cases*, clientes, portfólio, resolução de problemas, entre outros). O contrário também é verdadeiro: não é porque uma agência executa com perfeição a campanha proposta pelo *Briefing*, que ela será a mais indicada para se tornar fornecedora da Administração, visto que o Invólucro nº 3 pode demonstrar que a empresa é inexperiente, sem repertório e com baixo histórico de bons atendimentos.

181. **Nada há de irregular, portanto, em terem as agências E3 e Nacional**, ambas de atuação em todo o território brasileiro, **obtido nota máxima no Invólucro nº 3 e ficado atrás de outras no Invólucro nº 1**. É justamente por isso que a Proposta Técnica é avaliada com vários quesitos, complementares entre si.

182. Como desenvolvido no tópico I.8 destas Contrarrrazões, os quesitos visam avaliar características diferentes das concorrentes, ambas estritamente importantes para a atribuição da nota final e necessariamente averiguadas mediante somatória. Tirar conclusões com base na nota individualizada de cada quesito (Plano de Comunicação ou Conjunto de Informações) desconfiguraria a Lei nº 12.232/2010, que as trata sempre em conjunto para fins de determinar a pontuação final da Proposta Técnica.

IV.4. Da necessária improcedência do argumento que defende o tratamento privilegiado das agências sediadas em Petrópolis.

183. Ao final de sua peça recursal, a recorrente Do It Comunicação se queixa de que a Subcomissão Técnica não ofereceu tratamento privilegiado às agências de publicidade locais sediadas em Petrópolis.

184. Surpreende o pedido da Do It Comunicação, desenvolvido logo após intensa defesa do julgamento estritamente objetivo de todos os quesitos e subquesitos com base nos critérios editalícios, no sentido de clamar por tratamento privilegiado e atribuição de notas maiores pelo único fato de ser a agência sediada no mesmo Município do órgão responsável pela licitação.

185. Não é preciso divagar muito para reconhecer o equívoco da recorrente: cabe à Subcomissão Técnica avaliar a qualidade técnica das campanhas e informações apresentadas pelas licitantes, pouco importando em qual local físico se encontram sediadas cada uma das agências.

186. Inexiste no edital desta licitação qualquer menção à concessão de privilégios para agências localizadas no mesmo Município do órgão licitante, o que, aliás, seria **inconstitucional**, por constituir discriminação em razão da origem (art. 3º, inciso IV, da Constituição Federal), e ilegal, por violar o art. 3º, § 1º, inciso I, da Lei nº 8.666/1993:

Art. 3º [...] § 1º É vedado aos agentes públicos:

I - **admitir, prever, incluir ou tolerar**, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo, inclusive nos casos de sociedades cooperativas, e **estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes** ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato, ressalvado o disposto nos §§ 5º a 12 deste artigo e no art. 3º da Lei no 8.248, de 23 de outubro de 1991;

187. A avaliação deste critério pela Subcomissão Técnica, como reclama a Recorrente, representaria claro favorecimento ilícito e direcionamento da licitação, além de desrespeito às regras do edital e aos princípios da legalidade administrativa e da isonomia.

IV.5. Da desnecessidade de chamamento público para formação da Subcomissão Técnica. Inexistência de irregularidade. Tema já enfrentado pela Comissão Permanente de Licitação. Preclusão do prazo para impugnação da Subcomissão.

188. Assim como a concorrente Breve, a recorrente Do It tenta impugnar a formação da Subcomissão Técnica de forma intempestiva. Como já destacado, conforme indica o item 18.3.4 do Edital, a data limite para apresentação das impugnações era de 48 horas antes da sessão pública destinada ao sorteio dos integrantes definitivos.



189. De qualquer modo, a alegação é insubsistente, visto que o tema já foi devidamente enfrentado por esta Comissão Permanente de Licitação na impugnação realizada em fase anterior deste certame, sendo inequívoco que o processo está de acordo com a jurisprudência do Tribunal de Contas da União e do Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro. Portanto, para além de recorrer intempestivamente de tema que já foi definitivamente sanado, reabrindo desnecessariamente a discussão, não assiste razão à recorrente Do It Comunicação também neste ponto.

V. CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA LICITANTE AZIMUTH

190. A licitante Azimuth elaborou breve peça recursal contendo sua irresignação quanto à avaliação de sua proposta técnica e as justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica.

191. Tendo em vista que a matéria recursal não aborda outros temas além da estrita avaliação técnica da dita Subcomissão Técnica, a E3 entende desnecessária a análise pormenorizada dos argumentos da Recorrente em sede destas contrarrazões.

192. Assim, reportamo-nos, no que couber, especialmente em relação aos argumentos que forem similares aos da Danza, Breve e Do It Comunicação, às teses já apresentadas nas páginas anteriores.

VI. CONCLUSÃO

193. Por todo o exposto, requer-se o indeferimento dos recursos das empresas Danza Estratégia de Comunicação Ltda., Kiara Pontocom Comunicação Ltda. (Breve Comunicação Institucional), Azimuth Soluções Empresariais Ltda. e Mocape Criação e Produção Publicitária Ltda. (Do It Comunicação).

Nestes termos, pede deferimento.

De São Paulo (SP) à Petrópolis (RJ), 04 de julho de 2023.

Assinado digitalmente por
E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
Fernando Gasparini
Sócio Diretor



Rol de Documentos:

1. Ata de julgamento da Subcomissão Técnica do Ministério das Comunicações - Concorrência nº 1/2021;
2. Ata de julgamento da Subcomissão Técnica do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - Concorrência nº 1/2021;
3. Ata de julgamento da Subcomissão Técnica do BNDES - Concorrência nº 1/2020;
4. Ata de julgamento da Subcomissão Técnica do Governo do Estado do Rio de Janeiro - Concorrência nº 1/2021.

Contrarrazões - 04.07.2023.pdf

Documento número #24a37704-ab46-47eb-bdf7-4457b52689dc

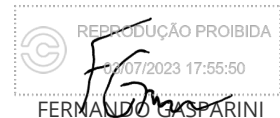
Hash do documento original (SHA256): 6d48ecb23a006f63a7f57ed6acf326b4cccc67534dae8ed9d0a5b4f2bd7145ff

Assinaturas

 **FERNANDO GASPARINI**

CPF: 253.506.308-57

Assinou em 03 jul 2023 às 17:55:50



Log

- 03 jul 2023, 17:42:55 Operador com email janaina@e3comunicacao.com.br na Conta 941dac3e-561f-4b4c-9713-d3f10a655899 criou este documento número 24a37704-ab46-47eb-bdf7-4457b52689dc. Data limite para assinatura do documento: 02 de agosto de 2023 (17:40). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 03 jul 2023, 17:43:15 Operador com email janaina@e3comunicacao.com.br na Conta 941dac3e-561f-4b4c-9713-d3f10a655899 adicionou à Lista de Assinatura: fernando@e3comunicacao.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP; Assinatura manuscrita. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo FERNANDO GASPARINI.
- 03 jul 2023, 17:55:51 FERNANDO GASPARINI assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail fernando@e3comunicacao.com.br. CPF informado: 253.506.308-57. Assinatura manuscrita com hash SHA256 prefixo 8c8e0f(...), vide anexo 03 jul 2023, 17-55-50.png. IP: 177.139.211.15. Componente de assinatura versão 1.533.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 03 jul 2023, 17:55:51 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 24a37704-ab46-47eb-bdf7-4457b52689dc.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 24a37704-ab46-47eb-bdf7-4457b52689dc, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.

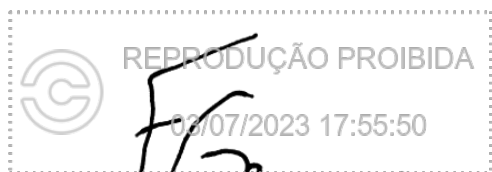
Anexos

FERNANDO GASPARINI

Assinou o documento em 03 jul 2023 às 17:55:50

ASSINATURA MANUSCRITA

Assinatura manuscrita com hash SHA256 prefixo 8c8e0f(...)



FERNANDO GASPARINI
03 jul 2023, 17-55-50.png