

EXCELENTÍSSIMA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE JOÃO MONLEVADE.

Processo nº 555/2022 – Concorrência nº 22/2022

Recurso Administrativo em face do Julgamento das Propostas Técnicas

**LZ PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, com registro no CNPJ sob o nº 06.878.304/0001-32 e com endereço profissional em Alameda do Ingá, nº 38, sala 1202, bairro Vale do Sereno, Nova Lima (MG), CEP 34006-042, vem, respeitosamente, por intermédio de seu representante legal, cf. procuração anexa, à presença de Vossa Senhoria, interpor

### RECURSO ADMINISTRATIVO

nos termos do item 20.3.1, alínea “b”, do Edital<sup>1</sup>, do artigo 11, § 4º, VIII, da Lei nº 12.232/2010 e do artigo 109, I, alínea “b”, da Lei nº 8.666/1993, pelos fatos e fundamentos técnicos e jurídicos a seguir expostos.

Este recurso administrativo tem por objetivo **MAJORAR** a pontuação atribuída à proposta técnica da Recorrente e **REDUZIR** a pontuação atribuída às propostas técnicas das demais licitantes (SHINE ON LTDA. EPP e BRASIL 84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. ME), corrigindo-se equívocos ocorridos nesta etapa.

Ressalte-se, desde já, que o presente recurso administrativo é tempestivo, nos termos do item 22.1 do Edital, uma vez que interposto em 05/12/2022, dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis informado pela Ata de Abertura das Propostas Técnicas – Segunda Sessão.

#### I. BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DO RECURSO.

1. O presente recurso visa a contestar o resultado do julgamento das propostas técnicas apresentadas no âmbito da Concorrência nº 22/2022, bem como a classificação e a pontuação atribuída às propostas das agências licitantes e à da própria Recorrente, consoante a fundamentação técnico-jurídica e a análise documental detalhada realizada e a seguir apresentada.

<sup>1</sup> Cf. Edital: 20.3. É facultado ao licitante, em decorrência das decisões relacionadas com a presente licitação, nos termos do art. 109, da Lei Federal nº 8.666/93, a interposição de: 20.3.1. RECURSO, no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da intimação do ato ou da lavratura da ata quando presentes todos os licitantes, dos seguintes atos: [...] b) Do julgamento das propostas (classificação ou desclassificação), também dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na alínea “a”, deste subitem;



2. A Concorrência nº 22/2022, lançada pelo Município de João Monlevade/MG, por meio de sua Secretaria Municipal de Administração, tem por objeto a contratação de agência de propaganda, sob o critério de técnica e preço, para a prestação de serviços de propaganda, publicidade, comunicação, marketing e divulgação institucional para a Administração Direta do Município, conforme especificações do Edital de Licitação (Processo nº 555/2022).<sup>2</sup>

3. Em 28/11/2022, ocorreu a Segunda Sessão Pública, ocasião em que a Comissão Permanente de Licitação procedeu à abertura dos envelopes com as planilhas contendo as pontuações dos Envelopes nº 1 e 3, atribuídas pela Subcomissão Técnica, realizando-se o cotejo entre os Envelopes nº 3 (proposta não identificada) e nº 2 (proposta identificada).

4. Em razão da análise e do julgamento realizados, a classificação foi assim divulgada em Ata da Segunda Sessão – Abertura das Propostas Técnicas, iniciando-se o prazo de cinco dias úteis para a interposição do presente recurso administrativo, tendo a Recorrente se classificado na 3ª colocação, com pontuação total de 98,82:

LICITANTE:	SHINE ON LTDA. EPP (Empresa B)	BRASIL 84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. ME (Empresa C)	LZ PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. ME (Empresa A)
<b>QUESITOS / SUBQUESITOS</b>			
1. Capacidade de Atendimento	10,0	9,96	10,0
2. Repertório (Portfólio)	5,0	4,8	4,76
3. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação	5,0	5,0	5,0
4. Formato do Plano da Comunicação Publicitária	20,0	20,0	20,0
5. Raciocínio Básico	9,96	10,0	10,0
6. Estratégia de Comunicação Publicitária	15,0	15,0	15,0

<sup>2</sup> Ainda conforme o Edital: 2.2. Os serviços a serem prestados pela contratada compreendem o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação e Relações Públicas do Município (ACOM) aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral.



7. Ideia Criativa	19,89	19,93	19,8
8. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,0	14,60	14,26
PONTUAÇÃO TOTAL	99,85	99,29	98,82
CLASSIFICAÇÃO	1ª colocada	2ª colocada	3ª colocada

5. Perceba-se que as pontuações atribuídas às propostas se aproximam das notas máximas permitidas pelo Edital, o que denota que, *em tese*, as propostas se assemelham em qualidade técnica e em pleno atendimento ao Edital. Ocorre que, diante de uma análise apurada, realizada por meio de critérios objetivos – assim como detalhado pelo Edital para fins de avaliação e pontuação –, a suposta semelhança não se confirma. Pelo contrário, o que se verifica é a atribuição de nota “a menor” para a proposta da Recorrente e “a maior” para as das classificadas em 1º e 2º lugar, apesar de existirem irregularidades técnicas e descumprimentos de regras editalícias.

6. O presente recurso merece ser provido, portanto, porque, *data maxima venia*, a avaliação/pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica às propostas das 3 (três) licitantes padece de equívocos objetivos que refletiram nas notas e na classificação das propostas apresentadas pelas agências. Basicamente, conforme será visto adiante, **os equívocos que merecem ser saneados, com a respectiva correção (majoração/redução, conforme o caso) das pontuações atribuídas, são os seguintes:**

- (A) **Tópico II.1.1 do recurso:** O Repertório apresentado pela Recorrente respeitou completamente as regras do Edital, tendo em vista que as campanhas indicadas atenderam plenamente às necessidades e aos interesses dos seus clientes com apenas um veículo de divulgação, assim como em razão de que a apresentação destas campanhas foi feita como um *plus* ao Repertório da Recorrente (já que o Edital não exigia 2 peças/meio). Portanto, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da Recorrente deve ser majorada.
- (B) **Tópico II.1.2 do recurso:** Houve uma injusta discrepância entre as notas atribuídas ao quesito Repertório apresentado pela Recorrente e pela licitante BRASIL 84, que incorreram no mesmo erro alegado pela Subcomissão Técnica (menos de dois veículos por peça). Portanto, subsidiariamente ao argumento acima, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da Recorrente deve ser majorada, ou ao menos deve ser reduzida a pontuação atribuída ao mesmo quesito da BRASIL 84.



- (C) **Tópico II.1.3 do recurso:** Para o quesito Repertório, a licitante SHINE ON apresentou fichas técnicas de peças contendo diversas irregularidades que descumpriram frontalmente o Edital e a beneficiaram em detrimento das demais agências. Por exemplo, valeu-se de veículos que não divulgaram a peça apresentada; apresentou mais de 2 (duas) peças para cada um dos meios de veiculação, extrapolando o limite máximo de peças por meio; e utilizou roteiros na apresentação das peças dos meios RÁDIO e TV, o que não era permitido pelo Edital. Portanto, independentemente dos dois argumentos acima, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da SHINE ON deve ser reduzida.
- (D) **Tópico II.2 do recurso:** Para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a licitante BRASIL 84 apresentou 3 (três) peças e, assim, extrapolou o limite máximo de peças para o *case*. Portanto, a pontuação que foi atribuída para este quesito da BRASIL 84 deve ser reduzida.
- (E) **Tópico II.3 do recurso:** Para o quesito Ideia Criativa, deve ser corrigida a discrepância de notas atribuídas às propostas da Recorrente e da licitante SHINE ON, a fim de que seja majorada a nota em 0,16 ponto do subitem 7.4 da Recorrente, tendo em vista a atual discrepância de nota, apesar das mesmas justificativas apresentadas pelos avaliadores.
- (F) **Tópico II.4.1 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, as justificativas apresentadas ao subitem 8.3. “*Estudo de distribuição da verba*” da Recorrente estão absolutamente equivocadas, assentando-se em percepções falsas da realidade, uma vez que os jornais elencados pela Recorrente (“O Popular” e “Última Notícia”) existem, estão ativos e desenvolvem a atividade de comunicação. Ambos possuem versão online, sendo que o jornal “Última Notícia” também possui versão impressa. Deste modo, os descontos de nota efetuados pela Subcomissão Técnica não possuem o devido amparo, estando baseados em motivação equivocada, devendo-se corrigir a avaliação para majorar a pontuação atribuída.
- (G) **Tópico II.4.1 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, a licitante BRASIL 84 propõe o uso de Bikedoor, com verba maior que o meio Outdoor, que é muito utilizado na cidade, a despeito de o Bikedoor ser um meio nunca utilizado na cidade. Ou seja, a Subcomissão Técnica reconhece que se trata de proposta absolutamente fora do contexto do Município de João Monlevade/MG, porém não descontou a nota atribuída ao quesito da BRASIL 84, que obteve 0,17 ponto superior à nota da Recorrente no subitem 8.3. “*Estudo de distribuição da verba*”, perpetrando-se, assim, flagrante violação da



isonomia. Portanto, a pontuação que foi atribuída para o subitem 8.3 da BRASIL 84 deve ser reduzida.

- (H) **Tópico II.4.1 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, ainda sobre a distribuição de verba, é preciso reduzir a pontuação atribuída ao subitem 8.3 das licitantes SHINE ON e BRASIL 84, em razão de terem desconsiderado a premissa técnica básica de mídia em rádio quando indicaram número menor que cinco inserções por dia.
- (I) **Tópico II.4.2 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, subitem 8.4. *“Consciência e economicidade do plano geral”*, é preciso novamente repetir que a Recorrente apresentou indicações de veículos existentes, ativos, em plena circulação e com potencial de comunicação reconhecido. Isto é, novamente, a justificativa exposta para descontar a nota da Recorrente não subsiste à realidade dos fatos, encontrando-se eivada de vício sobre os motivos. Portanto, a pontuação atribuída ao subitem 8.4 da proposta técnica da Recorrente deve ser majorada.
- (J) **Tópico II.4.2 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, subitem 8.4. *“Consciência e economicidade do plano geral”*, a pontuação atribuída à licitante BRASIL 84 deve ser reduzida, tendo em vista que houve tratamento desigual e violação à isonomia no julgamento das propostas da Recorrente e BRASIL 84. Isso porque atribuíram-se notas distintas às licitantes, apesar de terem sido apresentadas as mesmas justificativas pela Subcomissão Técnica.
- (K) **Tópico II.4.2 do recurso:** Para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, subitem 8.4. *“Consciência e economicidade do plano geral”*, especificamente sobre a justificativa apresentada pelo avaliador sr. Francisco Pereira, que questionou o suposto *“elevado valor da rádio Líder e alto custo de produção da rádio Alternativa”*, é preciso reconhecer que tal custo não impacta a economicidade da proposta sob o prisma do Município, mas tão somente da Recorrente. Portanto, a pontuação que foi atribuída para este subitem da Recorrente deve ser majorada.
- (L) **Tópico II.5 do recurso:** Para o quesito Raciocínio Básico, subitem 5.1. *“Conhecimento das características”*, deve haver a redução da pontuação que foi atribuída à proposta da licitante SHINE ON, tendo em vista que cometer falhas de contexto histórico e de informações no Raciocínio Básico tem o potencial de influenciar negativamente toda a campanha publicitária, de modo



que o desconto de apenas 0,04 ponto foi irrazoável e desproporcional para a gravidade do erro cometido pela licitante SHINE ON.

7. É o que será exposto detalhadamente a seguir.

## II. FUNDAMENTOS QUE DEMONSTRAM A NECESSIDADE DE MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À PROPOSTA TÉCNICA DA RECORRENTE, BEM COMO DE REDUÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA ÀS DAS DEMAIS LICITANTES.

### II.1. Envelope nº 1: do Repertório (Portfólio)

8. A primeira questão a ser tratada neste recurso é a pontuação atribuída ao Repertório (Portfólio) apresentado pela Recorrente, constante do seu Envelope nº 1 – Informações, na qual obteve a nota **4,76/5,0** a partir das notas individualmente atribuídas pelos avaliadores da Subcomissão Técnica.

9. Objetivamente, houve desconto na pontuação deste quesito em razão de que a Recorrente teria supostamente descumprido a exigência do edital por ter apresentado “*apenas um veículo de divulgação para a peça*”, referente à campanha do seu cliente AXIAL LABORATÓRIO – meio REVISTA e do cliente CIRCUITO DO OURO – meio JORNAL. Entretanto, tal descumprimento, se é que existente, não pode significar a redução da nota da Recorrente, em razão do que será exposto a seguir.

#### II.1.1. Regularidade do número de veículos por peças apresentado pela Recorrente:

10. A Recorrente cumpriu estritamente os termos do Edital e não pode ter a sua pontuação descontada.

11. Como se verifica do item 5.1.1.1, “c”, 1 e 2, do Edital, para atender ao Edital as licitantes **poderiam** apresentar, no quesito Repertório, “**ATÉ 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, revista, jornal, internet e outdoor**”, sendo que cada peça deveria conter ficha técnica com a indicação de “*pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram*”:

5.1.1.1. [...]

c) Repertório (Portfólio): apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pelo licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

1- O licitante **poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, revista, jornal, internet e outdoor.**



2- Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação do licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram;

12. Ou seja, as licitantes poderiam apresentar 2 (duas) peças por meio de veiculação, assim como também poderiam apresentar apenas 1 (uma) peça por meio. Também poderia, segundo o Edital, sequer apresentar peça para determinado meio. Não há no Edital obrigatoriedade de apresentação de peças para todos os meios de divulgação, tampouco limite mínimo de peças por meio.

13. Pois bem.

14. Em primeiro lugar, repita-se a explicação contida no Envelope nº 1, que, apesar de justificar de forma legítima a regularidade e pleno atendimento do quesito pela Recorrente no que toca ao seu cliente AXIAL LABORATÓRIO, foi desconsiderado pela Subcomissão Técnica que: **a unidade do laboratório está localizada dentro do Minas Clube, de modo que a peça precisou ser veiculada apenas na revista do clube.**

15. Isto é, o fato de a campanha não necessitar de mais de um veículo para atingir a sua finalidade e, ainda assim, atender aos interesses do cliente não pode servir como motivação para penalizar a Recorrente e descontar a sua pontuação! Aliás, a utilização de veículos desnecessários ocasionaria custos desnecessários à campanha, situação que, esta sim, poderia ser encarada como negativa. O mesmo serve para o cliente CIRCUITO DO OURO, pois é claro que a eficiência de uma campanha publicitária pode ser medida a partir do atingimento da sua finalidade com o menor custo de veiculação possível.

16. Além disso, o fato de sequer existir no Edital a exigência de um número mínimo de peças por meio de veiculação, mas apenas um máximo (duas peças), também é relevante para demonstrar que **a Recorrente cumpriu efetivamente todas as regras do Edital**, ainda que, em tese, se entenda que as suas campanhas para os clientes AXIAL LABORATÓRIO, do meio REVISTA, e CIRCUITO DO OURO, do meio JORNAL, consistiram em peças que deveriam ter sido divulgada em apenas um meio, não havendo necessidade para ampliar esse rol.

17. Isso porque, como o licitante poderia apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos meios de veiculação, esse limite teria sido respeitado com ou sem a inclusão das campanhas dos clientes AXIAL LABORATÓRIO e CIRCUITO DO OURO no Repertório da Recorrente. Ou seja, se a Recorrente sequer tivesse apresentado tais peças para os meios REVISTA e JORNAL, ainda assim atenderia ao Edital e, mais do que isso, a Subcomissão Técnica não teria qualquer justificativa para não atribuir pontuação máxima ao quesito Repertório.



18. O raciocínio é simples: (i) como o edital não prevê limite mínimo de peça por meio de veiculação, mas permite a apresentação de no máximo 2 peças/meio, é lógico que a licitante está autorizada a apresentar 1 peça/meio; (ii) então, se as campanhas dos clientes AXIAL LABORATÓRIO e CIRCUITO DO OURO não tivessem sido indicadas no Repertório, a Recorrente teria apresentado apenas uma peça para o meio REVISTA e uma peça para o meio JORNAL, o que continuaria respeitando o edital, não havendo qualquer discussão sobre a regra dos dois veículos por peça; e (iii) portanto, verifica-se que a Recorrente foi prejudicada por ter apresentado campanhas que sequer eram exigidas pelo Edital, que foram plenamente eficaz e de sucesso, tendo atendido às necessidades dos seus clientes, o que revela evidente desproporcionalidade e falta de razoabilidade na avaliação do quesito.

19. Para ficar ainda mais claro a impropriedade de se ter descontado a pontuação da Recorrente neste quesito, apenas por ter apresentado algo “a mais” do que o exigido pelo Edital – já que inexistia exigência de apresentação de 2 peças/meio –, **imagine-se a seguinte situação hipotética:**

- (i) Imagine-se que determinado edital de licitação de serviços de publicidade exige da agência uma equipe técnica de 3 (três) profissionais de mídia, com o requisito de que todos possuam mestrado;
- (ii) A licitante, então, apresenta em sua proposta uma equipe técnica contendo 4 (quatro) profissionais de mídia, sendo que 3 (três) deles possuem mestrado e 1 (um) apenas graduação. Ou seja, apresenta-se um profissional a mais do que o exigido, apesar de este *plus* na equipe técnica não possuir mestrado;
- (iii) Ao avaliar a proposta da licitante e o atendimento aos requisitos do edital, a Subcomissão Técnica desconta a pontuação da agência sob a justificativa de que o edital exigia que *todos* os profissionais possuíssem mestrado, apesar de ela ter apresentado um profissional a mais do que o exigido.

20. É evidente que esta situação hipotética beira ao absurdo e revela uma extrema falta de razoabilidade e proporcionalidade por parte da Subcomissão Técnica. Porém, **foi exatamente o que ocorreu no presente caso com a Recorrente:** apesar de não ser exigência do Edital a apresentação de 2 (duas) peças por meio de veiculação, para o meio REVISTA a Recorrente apresentou campanha do cliente OAB – SEÇÃO MINAS GERAIS (veiculada na Revista Encontro e na Revista Viver Brasil) e a campanha do cliente AXIAL LABORATÓRIO (veiculada na Revista Minas Clube, por ser o único veículo necessário para atender ao interesse do cliente); por sua vez, para o meio JORNAL, a Recorrente apresentou campanha do cliente FESTIVAL DE GASTRONOMIA DE TIRADENTES (veiculada no Jornal Estado de Minas e Jornal O Globo) e a campanha do cliente CIRCUITO DO OURO (veiculada no Jornal Tribuna de Minas).



21. Veja-se que, se a Recorrente sequer tivesse apresentado as referidas campanhas dos clientes AXIAL LABORATÓRIO e CIRCUITO DO OURO, ainda assim teria atendido ao Edital e apresentado peças veiculadas em todos os meios, mantendo-se a robustez do seu quesito Repertório, que merece pontuação máxima. Isso porque as campanhas apresentadas foram as seguintes: (i) **TV**: ESTRELA BET e CMRR; (ii) **RÁDIO**: COLÉGIO COTEMIG e ADEP-MG; (iii) **REVISTA**: OAB – SEÇÃO MINAS GERAIS; (iv) **JORNAL**: CIRCUITO DO OURO e FESTIVAL DE GASTRONOMIA DE TIRADENTES; (v) **INTERNET**: CASU/UFMG e CIRCUITO CULTURAL PRAÇA DA LIBERDADE; e (vi) **OUTDOOR**: BIZZ e PREFEITURA DE CONSELHEIRO LAFAIETE.

22. Diante do exposto acima, evidenciado o completo atendimento do Edital (quesito Repertório) pela proposta da Recorrente, tendo em vista que as campanhas indicadas atenderam plenamente às necessidades e aos interesses dos seus clientes com apenas um veículo de divulgação, assim como em razão de que a apresentação destas campanhas foi feita como um *plus* ao Repertório da Recorrente (já que o Edital não exigia 2 peças/meio), requer-se a **majoração** da pontuação que lhe foi atribuída para a máxima do quesito: **5,0/5,0**.

II.1.2. Discrepância entre as notas da Recorrente e da BRASIL 84:

23. Subsidiariamente ao argumento acima exposto, isto é, caso se entenda pela manutenção do entendimento de que a Recorrente merece ter a sua pontuação descontada por ter supostamente desrespeitado a regra de apresentar 2 (dois) veículos por peça em seu Repertório – o que se admite apenas a título de argumentação –, mesmo assim a pontuação atribuída a este quesito merece ser majorada.

24. Conforme se depreende das justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica, a média 4,76/5,0 do quesito Repertório foi obtida a partir de “regra de 3” das notas dos avaliadores, conforme o seguinte:

**Avaliador: Francisco Pereira**

Nota: 4,9/5,0

Justificativa: “Apresentação satisfatória, com exceção para publicação em apenas um veículo de comunicação do cliente axial.”

**Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães**

Nota: 4,5/5,0

Justificativa: “Ausência na quantidade de peças solicitadas no Edital.”

**Avaliador: Maria Cecília Passos**

Nota: 4,9/5,0



*Justificativa: “A licitante atendeu a solicitação, mas em duas peças foi informado apenas um veículo de divulgação. Apesar de apresentar justificativa no caso da revista, a exigência mínima do edital é clara.”*

25. De pronto, é possível perceber que todos os avaliadores identificaram o mesmo suposto equívoco na proposta da Recorrente, sendo que os avaliadores sr. Francisco Pereira e sra. Maria Cecília Passos descontaram apenas 0,1 ponto, enquanto o sr. Luiz Ernesto Guimarães descontou 0,5 ponto. Fazendo-se a média, atribuiu-se **4,76/5,0** para o quesito Repertório da LZ PUBLICIDADE.

26. Essa observação é importante porque houve uma evidente discrepância entre a nota atribuída para o Repertório da Recorrente e a que foi atribuída para a da licitante BRASIL 84, que obteve a pontuação **4,8/5,0** neste mesmo quesito, **apesar de ter sido identificado o mesmíssimo “equívoco” de ter apresentado “apenas um veículo para divulgação da peça”**.

27. Veja-se que, no caso da licitante BRASIL 84, a média 4,8 foi obtida a partir das seguintes notas e justificativas apresentadas pelos avaliadores, com destaque para a que foi atribuída pelo sr. Francisco Pereira:

**Avaliador: Francisco Pereira**

Nota: 5,0/5,0

Justificativa: “Repertório, portfólio e peças apresentadas aprovadas.”

**Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães**

Nota: 4,5/5,0

Justificativa: “Ausência na quantidade de peças solicitadas pelo Edital.”

**Avaliador: Maria Cecília Passos**

Nota: 4,9/5,0

Justificativa: “A licitante atendeu a solicitação, mas em algumas peças foi informado apenas um veículo de divulgação. Apesar de apresentar projeto especial, a exigência do edital de dois veículos é clara.”

28. Especificamente, tanto os avaliadores sr. Luiz Ernesto Guimarães e sra. Maria Cecília Passos identificaram o mesmo suposto equívoco cometido pela Recorrente. Entretanto, o sr. Francisco Pereira entendeu que o Repertório apresentado pela licitante BRASIL 84 teria atendido a todos os requisitos do Edital e mereceria nota máxima – o que acabou por influenciar a média deste quesito e favorecer a licitante BRASIL 84 em detrimento da Recorrente (BRASIL 84: 4,8/5,0 | LZ PUBLICIDADE: 4,76/5,0).

29. Ora, a regra utilizada pela Subcomissão Técnica para descontar a pontuação é objetiva, impassível de interpretação sobre o seu atendimento: se se entender que o Edital exigia 2 (dois) veículos de divulgação por peça, então deve-se aplicar tal regra para todos os licitantes.



30. Como pode, então, um avaliador entender que tal regra teria sido respeitada enquanto os outros dois avaliadores não? E o que é ainda mais grave, como pode uma licitante (BRASIL 84) ter a sua nota descontada em montante inferior à da outra (LZ PUBLICIDADE) pelo cometimento da mesma irregularidade?

31. É nítido, portanto, a falta de isonomia e impessoalidade na avaliação, que culminou na discrepância entre as pontuações atribuídas!

32. E diante de uma licitação acirrada como a Concorrência nº 22/2022, tal violação à isonomia revela uma gravidade extrema! Infelizmente, fez-se letra morta do art. 3º da Lei nº 8.666/1990, que determina que *“A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia [...] e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da [...] da impessoalidade”*.

33. Apenas por preciosismo argumentativo, a fim de que não haja qualquer dúvida sobre o equívoco cometido na avaliação da proposta da Recorrente e da licitante BRASIL 84, confira-se mais uma vez a comparação que revela a discrepância na análise realizada (justificativas idênticas, porém pontuações distintas):

<b>Quesito 2: Repertório (Portfólio)</b>	
<b>LZ PUBLICIDADE</b> Nota 4,76/5,0	<b>BRASIL 84</b> Nota 4,8/5,0
<p><b>Subcomissão Técnica</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,76/5,0 Justificativa: <i>“Licitante apresentou apenas um veículo de divulgação para a peça, descumprindo a exigência do edital.”</i></p> <p><b>Avaliador: Francisco Pereira</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,9/5,0 Justificativa: <i>“Apresentação satisfatória, com exceção para publicação em apenas um veículo de comunicação do cliente axial.”</i></p> <p><b>Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,5/5,0 Justificativa: <i>“Ausência na quantidade de peças solicitadas no Edital.”</i></p>	<p><b>Subcomissão Técnica</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,8/5,0 Justificativa: <i>“Licitante apresentou apenas um veículo para divulgação da peça, descumprindo a exigência do edital.”</i></p> <p><b>Avaliador: Francisco Pereira</b> 2. Repertório (Portfólio): 5,0/5,0 Justificativa: <i>“Repertório, portfólio e peças apresentadas aprovadas.”</i></p> <p><b>Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,5/5,0 Justificativa: <i>“Ausência na quantidade de peças solicitadas pelo Edital.”</i></p>



<p><b>Avaliador: Maria Cecília Passos</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,9/5,0 Justificativa: “A licitante atendeu a solicitação, mas em duas peças foi informado apenas um veículo de divulgação. Apesar de apresentar justificativa no caso da revista, a exigência mínima do edital é clara.”</p>	<p><b>Avaliador: Maria Cecília Passos</b> 2. Repertório (Portfólio): 4,9/5,0 Justificativa: “A licitante atendeu a solicitação, mas em algumas peças foi informado apenas um veículo de divulgação. Apesar de apresentar projeto especial, a exigência do edital de dois veículos é clara.”</p>
--	---

34. Nesse sentido, diante da injusta discrepância entre as notas atribuídas ao quesito Repertório apresentado pela Recorrente e pela licitante BRASIL 84, requer-se a **majoração da pontuação atribuída à proposta da Recorrente**, ou ao menos a redução da pontuação atribuída à proposta da BRASIL 84.

II.1.3. Violação ao Edital por parte da SHINE ON, que apresentou veículos sem correspondência às peças:

35. Independentemente dos argumentos expostos nos subtópicos acima, é importante destacar que, de forma diversa ao que fez a Recorrente (que apresentou devidamente os veículos utilizados em cada peça apresentada), a licitante SHINE ON se utilizou de artifícios irregulares para atender ao Edital e, em razão disso, a pontuação máxima que obteve em seu quesito Repertório (5,0/5,0) é indevida.

36. Por essa razão, a sua pontuação neste quesito merece ser **reduzida**, tendo em vista que, de maneira totalmente irregular, a SHINE ON indicou veículos de divulgação que não possuem qualquer correspondência com as peças apresentadas. Ou seja, a SHINE ON desrespeitou a regra de 2 (dois) veículos por peça por indicar equivocadamente veículos que não foram utilizados na campanha do cliente – o que é bastante diferente e muito mais grave do que a justificativa que causou o desconto na nota da LZ PUBLICIDADE na peça de seu cliente AXIAL LABORATÓRIO, já abordado nos subtópicos anteriores.

37. Especificamente, podemos perceber a prática irregular e violadora do Edital por parte da SHINE ON, por exemplo, na Peça nº 10 – INTERNET do seu Repertório, que consiste num carrossel de imagens para a rede social Instagram (que sequer foi indicado como veículo). Apesar disso, foram indicados como veículos: “Patty Outdoor, House Outdoor, Jornal Gazeta Regional, Jornal A Notícia, Facebook, Site da Câmara Municipal”.

38. Isto é, a SHINE ON indicou em seu Repertório uma peça para o meio INTERNET, consistente em carrossel de imagens para o Instagram, e indicou veículos de divulgação que sequer possuem relação à peça publicitária. Para atender ao critério de 2 (dois) veículos por peça, indicou



veículos que podem ter divulgados outras peças da campanha, mas não a que foi indicada no seu Portfólio como peça do meio INTERNET.

39. Fica clara a violação ao Edital, e a necessidade de redução da nota atribuída ao quesito da SHINE ON, quando se faz a leitura do item 5.1.1.1, “c”, 2, do instrumento convocatório:

5.1.1.1. [...]

c) Repertório (Portfólio): [...]

2- **Cada peça deverá conter ficha técnica** com a identificação do licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos **que a divulgaram;**

40. Ora, o Edital não deixa dúvidas de que a ficha técnica apresentada pela licitante deve dizer respeito à peça, e não à campanha publicitária em que a peça foi produzida. Não há qualquer indicação nesse sentido e, evidentemente, não é isto que se trata o quesito Repertório. Mesmo assim, a licitante SHINE ON apresentou ficha técnica contendo irregularidades, valendo-se de veículos que não divulgaram a peça apresentada, e obteve pontuação máxima no quesito!

41. Aliás, ao agir assim, a licitante SHINE ON acabou por violar também a regra do item 5.1.1.1, “c”, 1, do Edital, pois apresentou mais de 2 (duas) peças para cada um dos meios de veiculação. Como indicou veículos sem qualquer relação com a peça, bem como fichas técnicas contendo um campo “PEÇAS” (e nele indicando uma série de peças), é nítida a extrapolação do limite máximo de peças por meio.

42. Além disso, a SHINE ON também apresentou, em suas Peças nº 1, 2 e 4, roteiros na apresentação das peças dos meios RÁDIO e TV, o que não era permitido pelo Edital. Ao agir assim, em desrespeito ao que era permitido pelo Edital (que só autorizava roteiro para as peças corporificadas do quesito Ideia Criativa), foi naturalmente beneficiada pela análise realizada da sua proposta.

43. Diante do exposto, considerando as diversas irregularidades contidas no Repertório da SHINE ON, acima descritas, que violaram o Edital e beneficiaram a licitante em detrimento das demais agências, requer-se a **redução** da pontuação atribuída ao quesito.

## II.2. Envelope nº 1: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

44. Este recurso também merece ser provido para corrigir a pontuação atribuída ao quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, do Envelope nº 1 da licitante BRASIL 84, que obteve a nota máxima 5,0/5,0.



45. Objetivamente, a redução de sua nota é devida em razão de que o Edital foi violado pelo fato de a BRASIL 84 ter apresentado mais de 2 (duas) peças para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em frontal contradição à regra prevista no item 5.1.1.1, “d”:

*d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até 02 (dois) casos, relatando em, no máximo, 03 (três) páginas cada, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados, as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, **permitida a inclusão de até 02 (duas) peças de qualquer tipo para cada relato**, à parte, ou seja, além das 03(três) páginas citadas.*

46. Entretanto, como se observa dos relatos apresentados pela BRASIL 84, foram apresentadas três peças, o que é evidenciado pelo campo marcado na página que é destinado ao CD. Ou seja, também por conta de mais essa irregularidade contida na proposta técnica da licitante BRASIL 84, requer-se a **redução** da pontuação que lhe foi atribuída para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

### II.3. Envelope nº 03: Da Ideia Criativa

47. Ao avaliar o subitem 7.4, do quesito Ideia Criativa, do Envelope nº 3 da Recorrente, a Subcomissão Técnica exarou como justificativa uma suposta falta de “*harmonia entre elementos das peças gráficas*”, atribuindo à LZ PUBLICIDADE (Empresa A) a **nota 5,8/6,0**.

48. Ocorre que, ao avaliar o mesmo subitem da empresa SHINE ON (Empresa B), a Subcomissão Técnica exarou exatamente a mesma justificativa, imputando igual falta de “*harmonia entre elementos das peças*”, no entanto, atribuindo a essa licitante a **nota 5,96/6,0**.

49. Ou seja, **trata-se de flagrante violação dos princípios da isonomia e impessoalidade**, uma vez que a Subcomissão Técnica fundamentou sua decisão em justificativas idênticas, atribuindo, no entanto, notas diferentes às licitantes (LZ PUBLICIDADE: nota 5,8/6,0 | SHINE ON: nota 5,96/6,0) no mesmo subitem 7.4, ocasionando uma **diferença de 0,16 pontos a menor para a Recorrente**.

50. Para que fique clara a referida violação da isonomia e impessoalidade, veja-se as notas e justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica, com destaque para a justificativa do avaliador sr. Francisco Pereira:



<i>Subitem 7.4 Originalidade na combinação</i>	
LZ PUBLICIDADE Nota 5,8/6,0	SHINE ON Nota 5,96/6,0
<p><b>Subcomissão Técnica</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,8/6,0 Justificativa: <i>Faltou harmonia entre elementos das peças gráficas.</i></p> <p><b>Avaliador: Francisco Pereira</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,8/6,0 Justificativa: <i>“Uma única ressalva: falta de harmonia entre os elementos das peças gráficas.”</i></p> <p><b>Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,8/6,0 Justificativa: <i>“Atendeu com ressalvas na combinação de elementos gráficos na arte apresentada.”</i></p> <p><b>Avaliador: Maria Cecília Passos</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,8/6,0 Justificativa: <i>“Atendeu com ressalvas na combinação de elementos.”</i></p>	<p><b>Subcomissão Técnica</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,96/6,0 Justificativa: <i>Faltou harmonia entre elementos das peças.</i></p> <p><b>Avaliador: Francisco Pereira</b> 7.4 Originalidade na combinação: 5,9/6,0 Justificativa: <i>“Peças de acordo, com ressalva para falta de harmonia entre elementos envolvidos.”</i></p> <p><b>Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães</b> 7.4 Originalidade na combinação: 6,0/6,0 Justificativa: <i>“Atendeu ao solicitado.”</i></p> <p><b>Avaliador: Maria Cecília Passos</b> 7.4 Originalidade na combinação: 6,0/6,0 Justificativa: <i>“Atendeu, de forma clara, às expectativas.”</i></p>

51. Como se depreende, a Subcomissão Técnica exarou a mesma justificativa para ambas as licitantes, atribuindo-lhes, porém, notas diferentes. Em reunião para deliberação e consolidação final das notas e justificativas, a Subcomissão Técnica não ponderou haver diferenças no fundamento de sua decisão para o item 7.4 entre as Empresas A e B, porém, conferiu notas diferentes, havendo uma discrepância de **0,16 pontos a menos para a Recorrente**.

52. Face a isso, pergunta-se: como pode a mesma justificativa gerar notas diferentes? É evidente que tal divergência deve ser corrigida, sob pena de macular-se a impessoalidade e a isonomia entre os licitantes.

53. Ao analisarmos as justificativas individualizadas entre os avaliadores, vemos que a avaliação do Sr. Francisco Pereira expôs a mesma ressalva para ambas as licitantes, justificando assim o desconto nas notas. Porém, ainda que sob o mesmo argumento, o Sr. Francisco Pereira descontou 0,2 ponto da Empresa A (LZ PUBLICIDADE) e 0,1 ponto da Empresa B (SHINE ON), perpetrando nítida violação da isonomia no seu julgamento. Neste caso, não há outro remédio senão a correção da diferença sob pena de cancelar-se julgamento maculado por flagrante ilegalidade.



54. Sendo assim, entende-se que, com a devida vênia, deve ser corrigida a discrepância de notas entre as licitantes LZ PUBLICIDADE e SHINE ON, no subitem 7.4, para **majorar** a nota **em 0,16 ponto**, correspondente à diferença de notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, apesar de terem a mesma justificativa.

#### II.4. Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia

55. Ao avaliar o item 8, Estratégia de Mídia e Não Mídia, do Envelope nº 3 da proposta técnica da Recorrente, a Subcomissão Técnica descontou pontos nos subitens 8.3 e 8.4, respectivamente, “Estudo de distribuição da verba” e “Consciência e economicidade do plano geral”.

56. Ocorre que em ambos subitens, salvo melhor juízo, entende-se que o julgamento da Subcomissão Técnica cometeu equívocos, tanto na avaliação da proposta técnica da Recorrente, como na análise das propostas técnicas das demais licitantes, ocasionando violação à isonomia e à impessoalidade do certame, conforme abaixo.

##### II.4.1. Do atendimento ao subitem “Estudo de distribuição da verba” pela Recorrente e do desatendimento pelas demais licitantes:

57. Ao avaliar o subitem 8.3, “Estudo de distribuição da verba”, a Subcomissão Técnica apresentou a justificativa de que a *“licitante [teria] apresent[ado] veículo de comunicação sem periodicidade e/ou versão impressa”*, atribuindo **nota 3,63/4,0** à Recorrente.

58. Ao analisarmos detalhadamente as avaliações, verifica-se que os avaliadores sr. Francisco Pereira e sr. Luiz Ernesto Guimarães proferiram **juízo equivocado sobre os jornais “O Popular” e “Última Notícia”**. Veja-se as justificativas apresentadas e as notas atribuídas por esses dois avaliadores ao subitem 8.3 da proposta técnica da Recorrente:

**Avaliador: Francisco Pereira**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 3,9/4,0

Justificativa: Estudo bom, mas com ressalva para inclusão de **jornais inativos, O Popular e o Última Notícia.**

**Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 3,5/4,0

Justificativa: Falha ao apresentar **veículos de comunicação inexistente.**



59. Como se pode perceber, os avaliadores acima mencionados julgaram que os jornais apresentados seriam ou “inativos” ou “de comunicação inexistente”, procedendo ao desconto de nota (3,9/4,0 e 3,5/4,0).

60. Ocorre que tal juízo, com a devida vênia, está totalmente equivocado. Isso porque tanto o jornal “O Popular” quanto o “Última Notícia” encontram-se atualmente ativos e em plena operação de comunicação. Isto é, as duas justificativas emitidas (supra citadas) estão eivadas de vício de motivação, pois são baseadas em motivos inverídicos, é dizer, em percepções absolutamente equivocadas dos fatos.

61. A impropriedade de tais afirmações, que serviram como justificativas para descontar a pontuação da Recorrente, são facilmente comprováveis com o simples acesso às páginas dos respectivos jornais, nos seguintes endereços eletrônicos:

O Popular: <https://www.opopularjm.com.br/>

Última Notícia: <http://ultimanoticia.com.br/home>

62. Para que não haja qualquer dúvida da existência de tais jornais, veja-se os prints abaixo, acessados no início de dezembro/2022:





63. Veja-se, então, que tanto o jornal “O Popular” quanto o “Última Notícia” existem, estão ativos e desenvolvem a atividade jornalística de comunicação. Ambos possuem versão online, sendo que o jornal “Última Notícia” também possui versão impressa, conforme a imagem acima.



64. Sobre o tema, ainda é preciso abordar a avaliação feita pela avaliadora sra. Maria Cecília Passos, que proferiu o seguinte juízo:

**Avaliador: Maria Cecília Passos**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 3,5/4,0

Justificativa: Licitante apresentou veículos sem periodicidade, alguns não tem versão impressa e outros **com baixo ou sem alcance real**. Por outro lado, deixou de citar veículos importantes da cidade. No caso das rádios, uma emissora que tem valor muito maior recebeu quase o mesmo número de inserções, sem argumento apresentado que justifique a grande diferença de investimento.

65. Frente a essa justificativa é preciso fazer o seguinte questionamento: com a devida vênia, a ilustre avaliadora conhece os números do “alcance real” dos meios indicados? Se conhece, não foram expostos na justificativa. Diz-se isso porque a escolha da licitante foi feita com base na informação apresentada pelo veículo sobre a tiragem. Ou seja, a informação que deve ser considerada para decisões técnicas é aquela apresentada pelo próprio veículo sobre a sua própria tiragem.

66. Mas vale ainda informar que o potencial de comunicação do jornal “O Popular” e do jornal “Última Notícia” é inclusive atestado pela veiculação de campanhas publicitárias da própria Prefeitura Municipal de João Monlevade e, também, da Câmara Municipal de João Monlevade, órgãos públicos que anunciam no referido jornal, conforme é possível ver nas imagens abaixo:



67. Assim, como se pode ver, as justificativas apresentadas ao subitem 8.3 pelos avaliadores, especialmente pelo sr. Francisco Pereira e sr. Luiz Ernesto Guimarães, estão absolutamente equivocadas, assentando-se em percepções falsas da realidade, uma vez que os jornais elencados pela licitante LZ PUBLICIDADE existem, estão ativos e desenvolvem a atividade de comunicação. Deste modo, **os descontos de nota efetuados pela Subcomissão Técnica não possuem o devido amparo, estando baseados em motivação equivocada, devendo-se corrigir a avaliação para majorar a pontuação atribuída à Recorrente no subitem 8.3.**

68. Ocorre que tais justificativas, além de estarem eivadas de vício em sua motivação (motivos equivocados/falsos), ainda cometem flagrante violação da isonomia, que pode ser observada por intermédio da comparação com as avaliações dos demais licitantes.

69. Diz-se isso porque, ao analisarmos a avaliação da Subcomissão Técnica sobre o mesmo subitem 8.3 da proposta técnica da licitante BRASIL 84, percebemos a seguinte nota e justificativa:

***Subcomissão Técnica***

*8.3 Estudo de distribuição da verba*

***nota: 3,8/4,0***

***Justificativa: A licitante apresentou investimento fora do contexto do município.***

70. Como se pode observar, neste subitem 8.3, a licitante BRASIL 84 recebeu nota 3,8/4,0, enquanto que a licitante LZ PUBLICIDADE recebeu a nota 3,63/4,0. Ocorre que para a licitante BRASIL 84 a justificativa da Subcomissão Técnica afirma expressamente que a licitante ***“apresentou investimento fora do contexto do município”***, enquanto que para a LZ PUBLICIDADE, ora Recorrente, a justificativa foi que esta teria apresentado *“veículo de comunicação sem periodicidade e/ou versão impressa”*.

71. Ora, é absolutamente flagrante a violação da isonomia de julgamento neste subitem 8.3 entre as licitantes BRASIL 84 e LZ PUBLICIDADE. Considerando-se o viés de isonomia, a justificativa da Subcomissão Técnica para a licitante BRASIL 84 deveria ensejar, no mínimo, desconto de nota igual ao aplicado à licitante LZ PUBLICIDADE. Veja-se que, no subitem 8.3, a licitante BRASIL 84 ***apresentou investimento fora do contexto do município (!)***.

72. É dizer, neste subitem 8.3. *Estudo de distribuição da verba*, a proposta da BRASIL 84 errou o público-alvo da campanha, o que é muito mais grave!

73. Considerando isso, pergunta-se: como é possível que a proposta técnica que errou o público-alvo (“fora do contexto do município”) foi melhor avaliada no subitem 8.3 do que a proposta técnica da Recorrente? A resposta é simples: trata-se de uma distorção da isonomia nos critérios de julgamento, que deve ser corrigida, sob pena de ilegalidade e violação às regras mais comezinhas das licitações públicas.



74. Ao analisarmos mais detidamente as justificativas de cada um dos avaliadores da Subcomissão Técnica sobre a proposta da licitante BRASIL 84, constata-se que a violação à isonomia é ainda mais grave. Veja-se abaixo

**Avaliador: Francisco Pereira**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 3,9/4,0

Justificativa: De acordo, com ressalvas para **investimento fora do contexto do município em TV e Bikedoor**.

**Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 4,0/4,0

Justificativa: Atendeu ao solicitado.

**Avaliador: Maria Cecília Passos**

8.3 Estudo de distribuição da verba: 3,5/4,0

Justificativa: **Outdoor é um meio muito usado na cidade e recebeu verba menor do que a bikedoor nunca usada.** Não apresentou análise que justificasse a diferença. Além disso, não houve justificativa para investimento alto em uma emissora de rádio que tem preço muito maior que as demais e recebeu [o] mesmo número de inserções.

75. Como se depreende, a licitante BRASIL 84 propõe o uso de Bikedoor, com verba maior que o meio Outdoor, que é muito utilizado na cidade (!). Ocorre que o Bikedoor é um **meio nunca utilizado na cidade. Ou seja, a Subcomissão Técnica reconhece uma total inversão de prioridade para a distribuição da verba.** Isto é, não é possível outra conclusão que não seja a de que se trata de proposta absolutamente fora do contexto do Município de João Monlevade/MG. **No entanto, tal descontextualização não se refletiu na nota atribuída, restando a BRASIL 84 com nota 0,17 superior à nota da LZ PUBLICIDADE neste subitem 8.3, perpetrando-se, assim, flagrante violação da isonomia.**

76. Sendo assim, **deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.3 da licitante BRASIL 84 para que a nota atribuída seja reduzida, por flagrante violação da isonomia, uma vez que a proposta da referida licitante encontra-se “fora do contexto do município”.**

77. Ainda sobre a distribuição de verba é preciso que se diga sobre o número de inserções em rádios. É conhecimento básico que, para haver alcance em um período de 12h, o mínimo tecnicamente recomendado é de cinco inserções por dia, conforme foi indicado pela LZ PUBLICIDADE, ora Recorrente. No entanto, as demais licitantes desconsideraram tal premissa técnica básica de mídia e indicaram número menor que cinco inserções por dia. Sendo assim, **devem as demais licitantes sofrerem redução na sua nota por não observarem o número mínimo de inserções por dia, segundo recomendação técnica.**



II.4.2. Do atendimento ao subitem “Consciência e economicidade do plano geral” pela Recorrente e do desatendimento pela licitante BRASIL 84:

78. Ao avaliar o subitem 8.4, “Consciência e economicidade do plano geral”, a Subcomissão Técnica apresentou a justificativa de que a licitante teria apresentado “*plano falho na questão da economicidade*”, atribuindo **nota 4,63/5,0** à Recorrente.

79. A análise deste subitem foi realizada em associação com o subitem anterior. Deste modo, os equívocos cometidos pelos avaliadores no julgamento do subitem 8.3 refletem-se na avaliação do presente subitem 8.4. Vejamos, assim, as avaliações individualizadas da proposta da Recorrente:

**Avaliador: Francisco Pereira**

8.4 Consciência e economicidade do plano geral: 4,9/5,0

Justificativa: Plano geral viável com **ressalva para elevado valor da rádio Líder e alto custo de produção da rádio Alternativa.**

**Avaliador: Luiz Ernesto Guimarães**

8.4 Consciência e economicidade do plano geral: 4,5/5,0

Justificativa: **Falha ao apresentar veículos de comunicação inexistente.**

**Avaliador: Maria Cecília Passos**

8.4 Consciência e economicidade do plano geral: 4,5/5,0

Justificativa: Ao apresentar **erros nos veículos beneficiados**, a economicidade e prejudicada.

80. Em primeiro lugar, é preciso novamente repetir que a LZ PUBLICIDADE apresentou indicações de veículos existentes, ativos, em plena circulação e com potencial de comunicação reconhecido até mesmo por campanha publicitária realizada pela Câmara Municipal de João Monlevade (MG). Isto é, novamente, a justificativa exposta especificamente pelos avaliadores Sr. Luiz Ernesto Guimarães e Sra. Maria Cecília Passos encontra-se eivada de vício sobre os motivos, uma vez que se assentam sobre percepções falsas e/ou equivocadas da realidade. Assim, **as notas atribuídas por estes avaliadores ao subitem 8.4 da proposta técnica da Recorrente deve ser majorada.**

81. Especificamente sobre a justificativa apresentada pelo avaliador Sr. Francisco Pereira, que questionou o suposto “*elevado valor da rádio Líder e alto custo de produção da rádio Alternativa*”, é preciso que se faça alguns comentários. Caso o custo do spot realmente estivesse alto, a única prejudicada seria a própria agência licitante. Isto é, tal custo não impacta a economicidade da proposta sob o prisma do Município.



82. A LZ PUBLICIDADE optou, conscientemente, por não utilizar as gravações grátis disponibilizadas pelas emissoras, pois a premissa técnica de sua proposta é unificar e padronizar a mensagem. Explica-se: se cada emissora grava de um jeito, não é possível que a mensagem seja a mesma. Assim, a escolha feita pela LZ PUBLICIDADE teve por intuito, único e exclusivo, a manutenção e a elevação do padrão de qualidade para a mensagem.

83. Além disso, as referidas motivações devem ser lidas sob o prisma da isonomia em relação à proposta técnica da licitante BRASIL 84, pelo qual percebe-se a flagrante violação e desigualdade nos julgamentos. Isso porque, como já mencionado, se o subitem 8.4 (“Consciência e economicidade do plano geral”) é avaliado em decorrência do subitem 8.3 (“Estudo de distribuição da verba”), é imprescindível que a nota da licitante BRASIL 84 seja reduzida também neste subitem.

84. A Subcomissão Técnica avaliou o subitem 8.4 da proposta da BRASIL 84 com a **nota 4,8/5,0**, com a justificativa “*A licitante apresentou plano falho na questão da economicidade*”.

85. Ora, novamente, a violação à isonomia é absolutamente flagrante. Diz-se isso, pois, a **Subcomissão Técnica apresentou exatamente a mesma justificativa para o subitem 8.4 das propostas da LZ PUBLICIDADE e BRASIL 84, e, no entanto, atribuiu à Recorrente a nota 4,63/5,0 e à BRASIL 84 a nota 4,8/5,0.**

86. Relembre-se que a licitante BRASIL 84 apresentou distribuição de verba totalmente fora do contexto do município de João Monlevade (MG), conforme atestado pela Subcomissão Técnica. Isto é, a referida licitante indicou o uso de Bikedoor em detrimento de Outdoor, quando aquele meio nunca foi utilizado no município, enquanto este (Outdoor) é amplamente utilizado.

87. No mesmo sentido, o custo de produção da licitante BRASIL 84 é o dobro do custo da produção da LZ PUBLICIDADE, e, no entanto, a referida licitante não teve sua nota descontada por tal discrepância. Veja-se que na proposta técnica da BRASIL 84 o veículo “TV” ocupa 41% da verba, bem como existe a previsão de Bikedoor quando se sabe que este sequer é um meio utilizado no Município. Ou seja, sob todos os aspectos, porém, em especial no aspecto técnico da distribuição de verba e da economicidade, **a proposta da licitante BRASIL 84 é substancialmente inferior ao da LZ PUBLICIDADE, ainda assim, a BRASIL 84 foi agraciada com nota maior em ambos os subitens (8.3 e 8.4).**

88. Assim, **trata-se de flagrante violação da isonomia no julgamento que deve ser corrigida, de um lado, através da redução da nota da licitante BRASIL 84 no subitem 8.4, e de outro, com a majoração da nota atribuída à Recorrente.**



## II.5. Envelope nº 03: Do Raciocínio Básico

89. Por fim, este recurso também merece provimento para **reduzir** a pontuação atribuída ao quesito Raciocínio Básico da proposta técnica da licitante SHINE ON (Empresa B), tendo em vista esta ter sido supervalorizada mesmo diante de erros graves identificados na avaliação do sr. Luiz Ernesto de Oliveira Guimarães.

90. Especificamente, este avaliador da Subcomissão Técnica reconheceu falha grave no Raciocínio Básico da licitante SHINE ON, quesito este que, como o seu próprio nome indica, serve como base para todo o plano de comunicação publicitária de uma campanha. Esta falha consiste no “*Cometimento de falhas de contexto histórico e de informações*”, e está relacionada com o subitem 5.1. “*Conhecimento das características*”.

91. Em razão desta irregularidade no Raciocínio Básico, a este quesito da licitante SHINE ON foi atribuído a **nota 9,96/10,0**, o que é deveras alta para uma proposta que sofre com falha deste naipe. Ora, cometer falhas de contexto histórico e de informações no Raciocínio Básico certamente tem o potencial de influenciar negativamente toda a campanha publicitária, de modo que o desconto de apenas 0,04 ponto foi irrazoável e desproporcional para a gravidade do erro cometido pela licitante SHINE ON.

92. Nesse sentido, requer-se o provimento deste recurso para, considerando o erro básico cometido pela licitante SHINE ON em seu Raciocínio Básico, que tem capacidade de influenciar negativamente a construção de toda a campanha publicitária proposta, **reduzir** a pontuação que lhe foi atribuída no subitem 5.1. “*Conhecimento das características*”.

## III. PEDIDOS.

93. Diante de todo o exposto, requer-se o recebimento do presente recurso administrativo, nos termos do item 20.3.1, alínea “b”, do Edital, com a intimação das agências **SHINE ON** e **BRASIL 84** para, querendo, apresentarem contrarrazões, especialmente em razão dos pedidos a seguir apresentados.

94. O provimento do presente recurso, para o efeito **MAJORAR** a nota atribuída à Proposta Técnica da Recorrente e **REDUZIR** a nota atribuída às Propostas Técnicas das demais agências nos seguintes Quesitos e Subquesitos, conforme fundamentação:

- a. **Envelope nº 1: do Repertório (Portfólio):** O Repertório apresentado pela Recorrente respeitou completamente as regras do Edital, tendo em vista que as campanhas indicadas atenderam plenamente às necessidades e aos interesses dos seus clientes com apenas um veículo de divulgação, assim como em razão de que a apresentação destas campanhas foi feita como um *plus* ao Repertório da Recorrente (já que o



Edital não exigia 2 peças/meio). Portanto, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da Recorrente deve ser majorada.

- b. **Envelope nº 1: do Repertório (Portfólio):** Houve uma injusta discrepância entre as notas atribuídas ao quesito Repertório apresentado pela Recorrente e pela licitante BRASIL 84, que incorreram no mesmo erro alegado pela Subcomissão Técnica (menos de dois veículos por peça). Portanto, subsidiariamente ao pedido acima, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da Recorrente deve ser majorada, ou ao menos deve ser reduzida a pontuação atribuída ao mesmo quesito da BRASIL 84.
- c. **Envelope nº 1: do Repertório (Portfólio):** Para o quesito Repertório, a licitante SHINE ON apresentou fichas técnicas de peças contendo diversas irregularidades que descumpriram frontalmente o Edital e a beneficiaram em detrimento das demais agências. Por exemplo, valeu-se de veículos que não divulgaram a peça apresentada; apresentou mais de 2 (duas) peças para cada um dos meios de veiculação, extrapolando o limite máximo de peças por meio; e utilizou roteiros na apresentação das peças dos meios RÁDIO e TV, o que não era permitido pelo Edital. Portanto, independentemente dos dois argumentos acima, a pontuação que foi atribuída para o quesito Repertório da SHINE ON deve ser reduzida.
- d. **Envelope nº 1: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Para este quesito, a licitante BRASIL 84 apresentou 3 (três) peças e, assim, extrapolou o limite máximo de peças para o *case*. Portanto, a pontuação que foi atribuída para este quesito da BRASIL 84 deve ser reduzida.
- e. **Envelope nº 03: Da Ideia Criativa:** deve-se corrigir a discrepância de notas entre as licitantes LZ PUBLICIDADE e SHINE ON, no subitem 7.4, para majorar a nota em 0,16 ponto, correspondente à diferença de notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, apesar de terem a mesma justificativa.
- f. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação realizada, especialmente pelo Sr. Francisco Pereira e Sr. Luiz Ernesto Guimarães, no subitem 8.3 da proposta técnica da Recorrente, uma vez que a justificativa utilizada não encontra respaldo na realidade, devendo-se majorar a pontuação atribuída por tais avaliadores no subitem 8.3 da proposta técnica da Recorrente.
- g. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.3 da proposta técnica da licitante BRASIL 84 para reduzir a nota atribuída, por flagrante violação da isonomia, uma vez que a proposta da referida licitante encontra-se “*fora do contexto do município*” neste subitem 8.3.



- h. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.3 das propostas técnicas das licitantes BRASIL 84 e SHINE ON para reduzir a nota atribuída por não observarem o número mínimo de inserções por dia em rádios, segundo recomendação técnica.
- i. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.4. “Consciência e economicidade do plano geral” da Recorrente, uma vez que a justificativa utilizada não encontra respaldo na realidade, encontrando-se eivada de vício sobre os motivos, devendo-se majorar a pontuação atribuída.
- j. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.4. “Consciência e economicidade do plano geral” da licitante BRASIL 84, tendo em vista que houve tratamento desigual e violação à isonomia no julgamento das propostas da Recorrente e BRASIL 84 (atribuíram-se notas distintas às licitantes, apesar de terem sido apresentadas as mesmas justificativas pela Subcomissão Técnica), de modo que a nota da BRASIL 84 no subitem 8.4 deve ser reduzida.
- k. **Envelope nº 03: Da Estratégia de Mídia e Não Mídia:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 8.4. “Consciência e economicidade do plano geral” da Recorrente também no que toca ao desconto efetuado em razão da justificativa de suposto “elevado valor da rádio Líder e alto custo de produção da rádio Alternativa”, o que deve ser feito por meio da majoração da pontuação atribuída a este subitem da Recorrente.
- l. **Envelope nº 03: Do Raciocínio Básico:** deve-se corrigir a avaliação do subitem 5.1. “Conhecimento das características” da licitante SHINE ON, tendo em vista que o cometimento de falhas de contexto histórico e de informações no Raciocínio Básico tem o potencial de influenciar negativamente toda a campanha publicitária proposta, devendo reduzir a pontuação que lhe foi atribuída no subitem.

Nestes termos, pede-se deferimento.

João Monlevade (MG), 5 de dezembro de 2022.



Assinado digitalmente

**LZ PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**

Representada por Luigi Zampetti



Assinado digitalmente

**EDUARDO ANDRÉ CARVALHO SCHIEFLER**  
OAB/SC 54.494 | OAB/SP 456.690

Assinado digitalmente

**WALTER MARQUEZAN AUGUSTO**  
OAB/RS 84.188



## Página de assinaturas



**Luigi Zampetti**  
060.024.366-42  
Signatário



**Eduardo Schiefler**  
009.875.289-80  
Signatário



**Walter Augusto**  
007.791.930-08  
Signatário

## HISTÓRICO

- |                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| 05 dez 2022<br>20:40:43 |  | <b>Gustavo Henrique Carvalho Schiefler</b> criou este documento. (Empresa: Schiefler Advocacia, CNPJ: 28.887.780/0001-52, E-mail: contato@schiefler.adv.br)   |
| 05 dez 2022<br>21:00:10 |  | <b>Luigi Zampetti</b> (E-mail: luigi@lzmktenegocios.com.br, CPF: 060.024.366-42) visualizou este documento por meio do IP 187.20.29.183 localizado em Belo Horizonte - Minas Gerais - Brazil.                 |
| 05 dez 2022<br>21:01:26 |  | <b>Luigi Zampetti</b> (E-mail: luigi@lzmktenegocios.com.br, CPF: 060.024.366-42) assinou este documento por meio do IP 187.20.29.183 localizado em Belo Horizonte - Minas Gerais - Brazil.                    |
| 05 dez 2022<br>20:41:27 |  | <b>Eduardo André Carvalho Schiefler</b> (E-mail: eduardo@schiefler.adv.br, CPF: 009.875.289-80) visualizou este documento por meio do IP 179.181.81.47 localizado em Florianópolis - Santa Catarina - Brazil. |
| 05 dez 2022<br>20:43:17 |  | <b>Eduardo André Carvalho Schiefler</b> (E-mail: eduardo@schiefler.adv.br, CPF: 009.875.289-80) assinou este documento por meio do IP 179.181.81.47 localizado em Florianópolis - Santa Catarina - Brazil.    |
| 05 dez 2022<br>21:18:49 |  | <b>Walter Marquezan Augusto</b> (E-mail: walter@schiefler.adv.br, CPF: 007.791.930-08) visualizou este documento por meio do IP 201.66.101.93 localizado em Curitiba - Parana - Brazil.                       |
| 05 dez 2022<br>21:19:47 |  | <b>Walter Marquezan Augusto</b> (E-mail: walter@schiefler.adv.br, CPF: 007.791.930-08) assinou este documento por meio do IP 201.66.101.93 localizado em Curitiba - Parana - Brazil.                          |

