



Ilma. Sr. Presidente da Comissão Especial de Licitação - Secretaria Geral do Governo do Estado de Minas Feráis – Subsecretaria de Comunicação Social e Eventos – SUBSECOM.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019 – Lote 3 – SES - SEMAS

FILADELFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI – EPP (“FILADÉLFIA”), pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 24.172.716/0001-34, sediada na Rua Antônio de Albuquerque, 194 sala 802 – Savassi, Belo Horizonte – MG, CEP.: 30.112-010, por meio de sua Titular, Érica Fantini Santos brasileira, empresária, portadora da carteira de identidade número MG-7.181.020, expedida pela SSP/MG, CPF/MF de número 088.301.916-71, vem apresentar **Contrarrazões ao Recurso aviado por AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI (“AZ3”)**, perante a Comissão Especial de Licitação da Secretaria Geral do Governo do Estado de Minas Feráis, pelos seguintes fatos e fundamento.

1 - CONTEXTO

Trata-se de Recurso interposto contra a decisão da Comissão Especial de Licitação da Secretaria Geral do Governo do Estado de Minas Gerais após a divulgação final das notas das licitantes do Plano de Comunicação Publicitária, envelopes 1, 2 e 3, cuja a FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO obteve a maior pontuação do Lote 3 – SES – SEMAS da CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019.

O Objeto da licitação era o seguinte:

1.1. Os contratos de serviços de publicidade e propaganda a serem adjudicados às empresas vencedoras desta Licitação terão por objeto a execução de atividades de publicidade e propaganda previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.



1.2. *Considera-se serviços de publicidade e propaganda, o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar o público em geral.*

No Recurso, a AZ3, ora recorrente, requer, em síntese, no que tange a FILADÉLFIA:

- a) **Reformar a decisão classificatória** da FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO em razão dos vícios insanáveis a seguir apontados neste recurso que não foram considerados pela Subcomissão Técnica, enquadrando-se na hipótese dos subitens 4.2, 4.9 e 9.9 do Edital;
- b) **Revisar as notas atribuídas** pela Subcomissão Técnica à Proposta Técnica apresentada pela FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO em razão da impropriedade entre os pontos concedidos e as proposições por esta apresentadas;

De modo resumido, as alegações da recorrente são as seguintes:

Motivos para desclassificação:

- 1.1 Inseriu custos internos na Simulação do Plano de Distribuição (da estratégia de Mídia e Não Mídia);
- 1.2 Descumpriu a determinação de numeração sequencial dos anexos com as planilhas, tabelas e gráficos da Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- 1.3 Descumpriu os critérios para apresentação dos textos do caderno Proposta Técnica, com utilização de recuo nos parágrafos;

Motivos para redução de nota.

- 1.1 Inobservância dos princípios da economicidade e eficiência
- 1.2 Inobservância dos atributos da eficiência, cobertura e abrangência.

Contudo, tais alegações são totalmente equivocadas, como se passa a demonstrar.

2. PRELIMINARMENTE

Mesmo sabendo que não é a matéria tratada no presente Recurso, vale um destaque à seguinte situação. A Recorrente AZ3 ficou em 6º lugar no Lote 3 da licitação ora recorrida.



O primeiro ponto que merece destaque e avaliação por esta comissão é que o Recurso é, por diversos momentos ininteligível. Ele possui repetição de frases, textos, tornando a própria compreensão do recurso e elaboração das contrarrazões complicada.

Por outro lado, destacamos que a recorrente protocolou recurso contra as 5 licitantes que ficaram mais bem colocadas que ela após a apuração da pontuação da parte técnica no presente lote, bem como protocolou recurso em relação aos Lotes 01 (está em 7º lugar até o presente momento) e Lote 02 (está em 6º lugar até o presente momento). Mais ainda, somente a AZ3 apresentou recurso – contra todas as licitantes melhor colocadas – nos 3 lotes em que ela participa.

Nos 3 recursos apresentados a recorrente apresenta “supostos fundamentos” que deveriam eliminar todas as empresas licitantes que ficaram mais bem colocados que ela no certame, EM TODOS OS 3 LOTES. Causa-se no mínimo estranheza, que num pleito desta magnitude, somente a recorrente tenha cumprido os requisitos do Edital, havendo “supostos argumentos” para desclassificar e/ou reduzir a nota de todas as concorrentes melhores classificadas.

Trata-se de uma licitação para verificar a melhor adequação da verba de publicidade para a Secretaria de Saúde de Minas Gerais, e participaram da licitação diversas empresas sérias e comprometidas. Mas, segundo a Recorrente, nenhuma das empresas que tiveram uma colocação melhor do que ela nos 3 lotes em que apresentou a sua proposta deveria ser classificada e poderia vencer a licitação. Analisando ainda os fundamentos apresentados no Recurso, o que se percebe é que a Recorrente pretende basicamente tumultuar o procedimento, que ocorreu com toda a lisura, imparcialidade e transparência possível e legalmente previsto pela Comissão Especial de Licitação.

Por várias vezes, em seu recurso, a Recorrente tenta tirar a credibilidade do pleito licitatório, o que não pode ser aceito de forma alguma, ainda mais considerando todo o cuidado com que o pleito foi tratado e conduzido por esta Comissão.

Essa análise preliminar e contextual é somente para justificar e embasar os argumentos a seguir expostos demonstrando que a recorrida apresentou a melhor proposta técnica, dentro das regras gerais do edital. Sabemos também que é direito constitucional e legal da Recorrente apresentar o seu recurso, fundamentado e apresentando argumentos claros e objetivos para reforma de uma decisão, e isso somente engrandece a torna o processo de licitação mais liso, correto, transparente, dando a oportunidade de todos manifestarem seus argumentos para análise desta comissão.

Contudo, esse não é o caso. O presente recurso carece de fundamentos e argumentos suficientes para embasar o seu descontentamento com a decisão proferida pela Comissão Especial de Licitação, conforme será demonstrado a seguir.

3. DA AUSÊNCIA DE MOTIVOS DE DESCLASSIFICAÇÃO

3.1 INEXISTÊNCIA DE ERRO SUBSTANCIAL CONTIDO NA PROPOSTA DA RECORRIDA

(a) Inserção de custo indireto no Plano de Distribuição

A Recorrente alega que a FILADÉLFIA, ao preparar sua estratégia de mídia, descumpriu o regramento contido no Anexo I, item 1.4.4 – Da Simulação do Plano de Distribuição (da Estratégia de Mídia e não Mídia), inciso III, página 77, que prevê que da simulação deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.



Segundo a AZ3, no Resumo de Produção Eletrônica, Gráfica e Criação, a FILADÉLFIA incluiu custos internos da Agência, o que deveria ter se limitado à inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo da identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas.

Por tal motivo, pleiteia que a Subcomissão Técnica desclassifique a FILADÉLFIA por desrespeito às normas do edital.

Contudo, nenhuma razão lhe assiste.

Foi solicitado no Edital que fosse apresentado, pelos licitantes, uma **SIMULAÇÃO** do Plano de Distribuição. Nesta simulação, a FILADÉLFIA incluiu valores referentes a custos internos.

Contudo, tal fato não é hábil a gerar a desclassificação da Recorrida.

Primeiramente, porque em se tratando de uma simulação, a inclusão deste custo na planilha em NADA interferiu no resultado final da licitação.

Pensando de forma clara e objetiva, qual a necessidade da apresentação da Estratégia de Mídia e não mídia com a simulação de um plano de veiculação e custos no edital de publicidade e propaganda? É justamente para que a comissão possa avaliar as qualidades e competências das concorrentes em elaborar uma estratégia de mídia e não mídia, que tenha nexos com as ideias apresentadas nos tópicos e textos anteriores (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa) e que traga os melhores resultados para o Governo de Minas.

Dito isso, a existência de um valor irrisório sob a rubrica de custo interno não impediu a comissão de fazer a análise completa do plano de comunicação apresentado pela FILADÉLFIA, já que todas as informações necessárias foram devidamente registradas na estratégia de mídia e não mídia apresentada. A Comissão Especial de Licitação pôde verificar todos os valores que foram simulados, sabendo exatamente como seria a execução do plano de comunicação proposto caso a campanha da recorrente fosse, de fato, ser veiculada.

Até porque a SIMULAÇÃO é uma referência determinada no edital para que cada licitante elabore a sua proposta, utilizando a verba disponibilizada para realizar a melhor campanha publicitária possível para a Administração Pública, dentro de um valor limite previamente estipulado no briefing.

Em relação especificamente à matéria do Recurso da AZ3, a Simulação do Plano de Distribuição (Estratégia de Mídia e não Mídia) tinha uma previsão de gastos de R\$ 4.000.000,00 para serem utilizados pelas empresas licitantes. E, em NENHUMA DISPOSIÇÃO do edital existe a obrigação da utilização da totalidade desta verba disponibilizada. A planilha não é vinculativa, mas apenas um estudo de simulação de gastos daquele plano de comunicação criado para participação nesta concorrência.

Veja, por exemplo, a licitante PERFIL em sua proposta para o LOTE 2, apresentou uma simulação de 3.928.771,79, e sagrou-se vencedora deste referido lote. Ou seja, analisando números absolutos, ela deixou de utilizar 71.228,21 da verba disponibilizada pelo Edital, e mesmo assim conseguiu demonstrar a eficácia da sua estratégia em complemento ao plano de comunicação apresentado.

Por sua vez, a FILADÉLFIA previu em sua planilha de Plano de Distribuição o valor R\$ 3.999.972,85 dentre os quais foram inseridos como custos internos pela na proporção de apenas 0,026% sobre o valor total do Plano de Distribuição.



Ou seja, a desconsideração deste custo interno da simulação realizada pela FILADÉLFIA não alterara em absolutamente NADA a proposta apresentada. Pelo contrário, reduziu uma parcela do investimento limite que ela poderia usar em sua simulação. No entanto, essa redução não causou nenhum prejuízo adicional à recorrida. E, repita-se, não existe nenhuma previsão no edital para que o gasto seja da totalidade da verba disponibilizada.

E, sendo uma SIMULAÇÃO, claramente não há nenhum prejuízo para o bom andamento do certame, não gerando nenhuma vantagem para a FILADÉLFIA e nenhuma desvantagem para os demais LICITANTES.

Ou seja, **não é critério de desclassificação**, mas sim um critério que foi analisado pela comissão na nota do tópico referente à Estratégia de Mídia e Não Mídia da recorrida. De fato, esse critério foi levado em consideração pela Comissão Especial de Licitação, que atribuiu uma nota bem abaixo das demais notas de sua campanha para o item em análise.

E mesmo com a inserção deste custo na planilha, que se desconsiderado não trouxe nenhuma vantagem ou desvantagem para os concorrentes, a FILADÉLFIA sagrou-se vencedora pela análise de todos os outros itens constantes da Licitação.

Desta forma, entendemos, com a devida vênia, que a recorrente não conseguiu apresentar ou trazer argumentos e justificativas que pudessem ensejar um erro grave da recorrida passível de desclassificação do processo de licitação. E, mesmo que se entenda que a inclusão do custo interno se configura um erro, está claro que este não é passível de desclassificação da FILADÉLFIA.

No âmbito jurídico temos a classificação dos diversos tipos de erro:

- a) erro formal;
- b) erro material; e
- c) erro substancial.

O erro formal não vicia e nem torna inválido o documento. Haverá um erro formal no documento quando for possível, pelo contexto e pelas circunstâncias, identificar a coisa e validar o ato.

Já o erro material, chamado erro de fácil constatação, é perceptível à primeira vista. Não carece de maior exame para detectar que há um flagrante desacordo entre a vontade e o que de fato foi expressado no documento. Não há necessidade de recorrer a interpretação de conceito, estudo ou exame mais acurado para detectar esse erro; ele é percebido por qualquer pessoa.

Finalmente, temos o erro substancial que torna incompleto o conteúdo do documento e, conseqüentemente, impede que a Administração conclua pela suficiência dos elementos exigidos; o julgador ficará impedido de afirmar que o documento atendeu ao edital ou apresentou as informações necessárias. O erro substancial pode gerar a desclassificação do licitante. Contudo, no caso em tela, ainda que se entenda que houve um erro, este não é capaz de gerar a desclassificação da FILADÉLFIA.

A Recorrente tenta obter a desclassificação da FILADÉLFIA sob o fundamento de vinculação do edital e formalidades que devem orientar o rito licitatório.



Contudo, a doutrina e jurisprudência são claras de que estes princípios não são absolutos e devem ser aplicados indistintamente em todos os casos, muito menos para desclassificar as melhores propostas obtidas para o poder público por rigores extremos na interpretação da lei e do edital.

Vejam, por exemplo, as lições de Marçal Justen Filho sobre este tema:

"[...] Não é incomum constar do edital que o descumprimento a qualquer exigência formal acarretará a nulidade da proposta. A aplicação dessa regra tem de ser temperada pelo princípio da razoabilidade. É necessário ponderar os interesses existentes e evitar resultados que, a pretexto de tutelar o 'interesse público' de cumprir o edital, produzam a eliminação de propostas vantajosas para os cofres públicos. (...) Não basta comprovar a existência do defeito. É imperioso verificar se a gravidade do vício é suficientemente séria, especificamente em face da dimensão do interesse sob tutela do Estado. Admitisse-se, afinal, a aplicação do princípio de que o rigor extremo da interpretação da lei e do edital pode conduzir à extrema injustiça ou ao comprometimento da satisfação das funções atribuídas ao Estado." (in: Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. São Paulo. Dialética, 12ª Edição).

No mesmo sentido é a interpretação de Hely Lopes Meirelles:

"A desconformidade ensejadora da desclassificação da proposta deve ser substancial e lesiva à Administração ou aos outros licitantes, pois um simples lapso de redação, ou uma falha inócua na interpretação do edital, não deve propiciar a rejeição sumária da oferta. Aplica-se, aqui, a regra universal do ule per inule non viatur, que o Direito francês resumiu no pas de nullité sans grief. Melhor que se aprecie uma proposta sofrível na apresentação, mas vantajosa no conteúdo, do que desclassificá-la por um rigorismo formal e inconsciente com o caráter competitivo da licitação." (cf. Licitação e Contrato Administrativo, 11ª ed., Malheiros, 1997, p. 124).

Também na mesma linha de raciocínio escreve Ronny Charles Lopes de Torres:

"Embora a determinação legal imponha à Administração o cumprimento das normas e condições previstas no edital, devemos lembrar que o formalismo não é uma finalidade em si própria, mas um instrumento utilizado na busca do interesse público, o qual, na licitação, orienta-se pela busca da melhor proposta para a Administração, resguardando o respeito a isonomia entre os interessados (Binômio: Vantagem e Isonomia)." (Leis de Licitações Públicas Comentadas, 9ª Ed. Salvador: JusPodivm, 2018, p. 566)

A Jurisprudência também segue esta mesma linha de entendimento. Vejamos o seguinte julgado do Tribunal de Contas da União que assim já decidiu:

"(...) conhecer da presente representação para, no mérito, considerá-la parcialmente procedente, sem que a falha identificada, entretanto, de natureza formal, tenha invalidado o procedimento licitatório questionado neste processo" (Decisão n.º 757/97, Processo n.º TC 018.973/96-5, Unidade Técnica: 4ª Secex. Data de publicação 24/11/1997).



É irregular a desclassificação de empresa licitante por omissão de informação de pouca relevância sem que tenha sido feita a diligência facultada pelo § 3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993. (Acórdão 3615/2013 – Plenário).

Por sua vez, o Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do MS nº 5.418-DF, o Superior Tribunal de Justiça firmou o entendimento de que, nos processos licitatórios, **devem ser desconsiderados defeitos formais que não afetem o cumprimento e fevo das condições do ato convocatório.**

Veja o teor da decisão:

*Direito Público. Mandado de segurança. Procedimento licitatório. Vinculação ao EDITAL. Interpretação das cláusulas do instrumento convocatório pelo Judiciário, fixando-se o sentido e o alcance de cada uma delas e escoimando exigências desnecessárias e de excessivo rigor prejudiciais ao interesse público. Possibilidade. Cabimento do mandado de segurança para esse fim. Deferimento. O EDITAL no sistema jurídico constitucional vigente, constituindo lei entre as partes, é norma fundamental da concorrência, cujo objetivo é determinar o objeto da licitação, discriminar os direitos e obrigações dos intervenientes e do Poder Público e disciplinar o procedimento adequado ao estudo e julgamento das propostas. **Consoante ensinam os juristas, o princípio da vinculação ao EDITAL não é absoluto, de tal forma que impeça o Judiciário de interpretar-lhe, buscando lhe o sentido e a compreensão e escoimando-o de cláusulas desnecessárias ou que extrapolem os ditames da lei de regência e cujo excessivo rigor possa afastar, da concorrência, possíveis proponentes, ou que o transmude de um instrumento de defesa do interesse público em conjunto de regras prejudiciais ao que, com ele, objetiva a Administração.**" (STJ - MS 5418-DF, Rel. Min. Demócrito Reinaldo, DJ de 01/06/98, p. 00024).*

Ou seja, o Superior Tribunal de Justiça deixa claro que o processo licitatório, por mais formalista que seja, não deve ser interpretado com vinculação absoluta e literal às condições do edital. Sendo um processo competitivo, a **Concorrência Pública não pode ser um jogo de mera habilidade, em que a competição não se dá entre propostas, mas no âmbito do atendimento de requisitos do edital, como pretende a Recorrente, que, repita-se, apontou "motivos" para desclassificar 16 concorrentes nos 3 lotes que concorreu.**

Sobre este assunto, vale citar o entendimento de Lucas Rocha Furtado, **representante do Ministério Público de Contas da União:**

*É certo que, se o instrumento convocatório de uma licitação impõe determinado requisito, deve-se reputar como relevante tal exigência, arcando o licitante com as consequência de sua omissão. Essa é a regra. **Esse rigor não pode ser aplicado, no entanto, de forma a prejudicar a própria Administração. Nesses termos, a Administração, afastando o excesso de formalismo, deve preferir consagrar vencedora a proposta mais vantajosa, mesmo que para isso tenha de abrir mão de exigências previstas no Edital, desde que isso não implique em lesão e direito dos demais participantes.** (Curso de Licitações e contratos administrativos. São Paulo: Atlas. 2001, p.31)*



O Tribunal de Justiça de Minas Gerais também possui jurisprudência sobre a matéria:

Processo 0603060-65.2018.8.13.0000

Relator(a) Des.(a) Moacyr Lobato

Órgão Julgador 5ª CÂMARA CÍVEL

Data da publicação da súmula 03/12/2018

Ementa EMENTA: AGRAVO DE INSTRUMENTO. ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. PREGÃO. EDITAL. EXIGÊNCIA HABILITAÇÃO - BALANÇO PATRIMONIAL. AUSÊNCIA DE REGISTRO POR INDISPONIBILIDADE COMPROVADA DO CARTÓRIO. APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE (...)

*Não é possível ignorar a formalidade com a qual deve ser conduzido o processo licitatório, sendo cediço que o edital deve vincular os licitantes às suas exigências, **mas não podem importar na imposição de formalismos exacerbados, já que o procedimento não se constitui um fim em si mesmo, ao contrário, tem por objetivo selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, mas, ao mesmo tempo, busca propiciar a todos os interessados igual oportunidade de contratar com o Poder Público.** Afigura excesso de formalismo a inabilitação da licitante cuja proposta foi a mais vantajosa para Administração Pública em razão da apresentação 'incompleta' do balanço patrimonial, pois a ausência do registro só ocorreu, em razão da indisponibilidade do cartório nos dias que antecederam o prazo final para a apresentação da proposta.*

Por sua vez, a 3ª Turma Cível do TJDF, no Processo n.º 50.433/98, por unanimidade de votos, proferiu a seguinte decisão:

*"Direito Administrativo. Licitação. Tomada de preços. Erro material na proposta. Irrelevância. **O erro material constante da proposta mais vantajosa para a Administração, facilmente constatável, não é óbice à classificação da mesma. Inexistência de ofensa ao disposto no art. 48 da Lei n.º 8.666/93. Apelação improvida.**"*

Por fim destacamos uma decisão do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL sobre a matéria, de modo a deixar incontroversa a matéria quanto à desclassificação da recorrida diante de um erro meramente formal. No Recurso Ordinário em Mandado de Segurança n. 23417-1, de relatoria do Exmo. Sr. Ministro Sepúlveda Pertence negou provimento ao recurso da UNISYS BRASIL LTDA que pretendia desclassificar a empresa PROCOMP por ausência de custo unitário de determinados itens na planilha de preços da empresa classificada em 1º lugar.

No entanto, entendeu a corte maior do país que, erro meramente formal, que não altera a isonomia ou gera vantagem para a empresa, não merece a pena máxima de desclassificação, senão vejamos:

"RECURSO ORD EM MANDADO DE SEGURANÇA n. 23417-1 – DISTRITO FEDERAL

RELATOR: MIN. SEPÚLVEDA PERTENCE

RECORRENTE: UNISYS BRASIL LTDA

ADVOGADOS: SÉRGIO CARVALHO E OUTROS

RECORRIDO: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

LITISCONSORTE PASSIVO: PROCOMP INDÚSTRIA ELETRÔNICA LTDA

ADVOGADA: LÚCIA REGINA TUCCI



ADVOGADOS: LUIZ CUSTÓDIO DE LIMA BARBOSA E OUTROS

EMENTA: Licitação: irregularidade formal na proposta vencedora que, por sua irrelevância, não gera nulidade.

ACORDÃO

*Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Primeira Turma do Supremo Tribunal Federal, na conformidade na aa do julgamento e das notas taquigráficas, por unanimidade de votos, em **negar provimento** ao recurso ordinário em mandado de segurança.*

(...)

Verifica-se, pois, que o vício reconhecidamente praticado pela ora recorrida, embora reflita desobediência ao edital, consubstancia tão somente irregularidade formal, incapaz de conduzir à desclassificação de sua proposta

Se de fato o edital é a “lei interna” da licitação, deve-se abordá-la frente ao caso concreto tal qual toda norma emanada do Poder Legislativo, interpretando-o à luz do bom senso e da razoabilidade, a fim de que seja alcançado seu objetivo, nunca se esgotando na literalidade de suas prescrições. Assim sendo, a vinculação ao instrumento editalício deve ser entendida sempre de forma a assegurar o atendimento do interesse público, repudiando-se que se sobreponham formalismos desarrazoados. Não fosse assim, não seriam admitidos nem mesmo os vícios sanáveis os quais, em algum ponto, sempre traduzem infringência a alguma diretriz estabelecida pelo instrumento editalício.

Desta forma, se a irregularidade praticada pela licitante vencedora a ela não trouxe vantagem, nem implicou em desvantagem para as demais participantes, não resultando assim em ofensa à igualdade; se o vício apontado não interfere no julgamento objetivo da proposta, e se não se vislumbra ofensa aos demais princípios exigíveis na atuação da Administração Pública, correta é a adjudicação do objeto da licitação à licitante que ofereceu a proposta mais vantajosa, em prestígio do interesse público, escopo da atividade administrativa”.

Desta forma, o que vemos é que o argumento para desclassificação da FILADÉLFIA acerca da inclusão de custos indiretos na Simulação do Plano de Distribuição não pode ser aceito. Não há dúvidas que não trouxe nenhuma vantagem para a Recorrida, e também nenhuma desvantagem para as demais licitantes. Não houve violação expressa e grave, muito menos erro substancial que possa ensejar a sua desclassificação.

Por sua vez, também não há dúvidas, pelas notas recebidas, que a FILADÉLFIA apresentou a melhor proposta para a Administração Pública, não havendo qualquer óbice para a sua classificação.



(b) Numeração sequencial em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna

Da mesma forma e sem necessidade de estender demasiadamente a fundamentação deste tópico, chega a ser absurdo o pedido de desclassificação da FILADÉLFIA baseada no descumprimento de numeração sequencial em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna.

Quanto a este ponto, alega a Recorrente que a FILADÉLFIA foi a única dentre as licitantes a não numerar as páginas referentes às planilhas e gráficos.

Segundo a Recorrente, foi infringido a seguinte disposição do Anexo I, em relação à numeração do Plano de Comunicação.

A Cláusula 4.3 do edital dispõe que *"Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente."*

Contudo, em nenhum local do edital está disposto que as planilhas e gráficos devam estar numerados. O item 1.4.2 é claro no sentido de que: *"As tabelas, gráficos e planilhas e o quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de 5 (cinco) laudas para este item."*

Ou seja, estas tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo não estavam consideradas dentro dos textos que deveriam ser numerados segundo a Cláusula 4.3.

Não havendo expressamente no edital *"QUE OS TEXTOS, PLANILHAS, TABELAS E GRÁFICOS DEVEM SER NUMERADOS SEQUENCIALMENTE NA PROPOSTA COMERCIAL"* abriu-se espaço para interpretação. Se não houve proibição expressa, não há que se falar em violação do edital. O fato de somente a recorrida não ter numerado, o que não é verdade absoluta, considerando as propostas dos outros lotes que tiveram licitantes que também apresentaram anexos sem numeração, não constitui argumento válido para embasar um pedido de desclassificação de sua proposta.

Ademais, mesmo se considerar que deveria ser numerado, reiteram-se todos os fundamentos do item "a" acima, acerca da impossibilidade de desclassificação de licitante por mero erro formal que não gera qualquer desequilíbrio na isonomia, não dando vantagem para o licitante e não gerando desvantagens aos demais licitantes. Não é necessário discorrer sobre o fato de que a inexistência de numeração nas tabelas, gráficos e planilhas e o quadro-resumo não alterou de forma alguma o resultado do certame, muito menos gera qualquer possibilidade de identificação da sua proposta.

Corroborando o entendimento já averbado pela comissão em sua primeira análise, bem como o que foi dito pela recorrida, destacamos a decisão do TC Acórdão 366/2007 – Plenário do relator Augusto Nardes, processo 024.635/2006-3, que versa exatamente sobre a questão da numeração de páginas em um processo de licitação, senão vejamos:

Número do Acórdão
ACÓRDÃO 366/2007 - PLENÁRIO
Relator AUGUSTO NARDES
Processo 024.635/2006-3
Tipo de processo REPRESENTAÇÃO (REPR)
Data da sessão 14/03/2007
Número da ata 09/2007 - Plenário



SECEX-1 - 1ª Secretaria de Controle Externo

(...)

3.1. Alegações da Cetest

As alegações apresentadas pela Cetest, informando que as empresas descumpriram diversas exigências do Edital, estão relacionadas abaixo, juntamente com os esclarecimentos prestados pelo Dnit e pela empresa Pólo, além de análise desta instrução:

3.1.1. Cláusula 13.4 do Edital: 'todos os volumes deverão ser apresentados em formato A4, preferencialmente em espiral contínua, com todas as folhas rubricadas e numeradas, em ordem crescente, nas quais deverá constar ainda, no canto superior direito, o Nº do Processo Administrativo desta licitação, apresentando ao final um termo de encerramento, declarando obrigatoriamente o nº de folhas que o compõem, devendo conter na capa a titulação do conteúdo, o nome do licitante, o número do Edital e o objeto da licitação'

Cetest:

As empresas Termoeste e Pólo não cumpriram esta exigência.

Pólo:

Assim se manifestou a empresa Pólo (fl. 122): '**A desconformidade ensejadora da inabilitação de uma empresa deve ser substancial e lesiva à administração ou aos outros licitantes, pois um simples lapso de redação, ou uma falha inócua na interpretação do edital, não deve propiciar a rejeição sumária da documentação.** Aplica-se aqui a regra universal do *utile per inutile non vitiatur*, que no direito francês resumiu no pas de nullité sans grief. **Melhor será que se aprecie uma proposta (documentação) sofrível na apresentação, mas vantajosa no conteúdo, do que desclassificá-la ou inabilitá-la por rigorismo formal inconseqüente com o caráter competitivo da licitação.** (in Licitação e Contrato Administrativo, 10a. edição, Ed. RT, 1991, pág.142).'

DNIT: A ausência de rubrica e apresentação em papel diferente do sugerido, assim como do termo do encerramento, não pode constituir em motivo para a inabilitação do licitante, uma vez que a forma não deve se sobrepor ao conteúdo.

Análise:

Concordamos com o entendimento do DNIT e da empresa Pólo. Sabe-se que as disposições expressas no Edital devem ser seguidas pelos licitantes face ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório; porém, inabilitar as empresas Termoeste e Pólo, que apresentaram a documentação sem observar a forma, seria excesso de rigor. Tal apego ao formalismo poderia trazer prejuízos para a Administração, uma vez que as empresas, continuando presentes no processo licitatório, poderão apresentar a proposta mais vantajosa.

Nesse mesmo sentido, este Tribunal vem adotando entendimento no sentido de relevar falhas e impropriedades formais dessa natureza em processos licitatórios (Decisão 17/2001 - Plenário, Ata 2/2001, Decisão 681/2000 - Plenário, Ata 33/2000, Acórdão 1758/2003 - Plenário, Ata 46/2003):



(...)

'Ressalto, preliminarmente, que o edital não constitui um fim em si mesmo. Trata-se de instrumento para a consecução das finalidades do certame licitatório, que são assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos precisos termos do art. 3º, caput, da Lei 8.666/93.

Assim, a interpretação e aplicação das regras nele estabelecidas deve sempre ter por norte o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuem para esse desiderato.' (grifo nosso)

Veja que a todo momento, e é cediço na nossa jurisprudência, que o princípio da manutenção da melhor proposta para a administração pública deve ser respeitado. O excesso de rigor formal que não se caracteriza em vantagem ou desvantagem para as licitantes jamais poderá se sobressair sobre excesso de rigor ao ponto de desclassificar ou inabilitar uma proposta tecnicamente melhor avaliada no certame.

(c) Descumprimento de critérios para apresentação dos textos do caderno de proposta técnica

Da mesma forma, tenta a Recorrentes desclassificar a FILADÉLFIA com o seguinte fundamento:

Ao proceder a leitura do edital entende-se que o texto justificado pressupõe que não haja indentação/recuo em nenhuma de suas partes, sendo permitido, caso o licitante achar conveniente, separar os parágrafos, títulos e entretítulos com um espaçamento duplo.

No entanto, a licitante optou por desconsiderar tão para separação de parágrafos, preferindo adotar o recuo de parágrafo, opção esta que não é permitida, configurando com este procedimento descumprimento às regras constantes de Edital. Devendo, portanto, ser desclassificada.

Seguindo o mesmo fundamento citado nos itens "a" e "b", o fato de a Proposta Técnica ter sido apresentada adotando recuo de parágrafo, e não separação de parágrafos, não pode ser caracterizada a desclassificação da Licitante.

Da mesma forma, o edital não é explícito quanto ao recuo de parágrafo. A interpretação da licitante foi de que, para melhor leitura e colocação dos textos, a marcação do parágrafo com recuo seria correto e estaria dentro das regras do edital.

Ainda assim, trata-se de mera formalidade, que, muito embora deva ser buscada pelos licitantes, não é um princípio absoluto. Mesmo se for considerado um descumprimento ao edital, tal desconformidade NUNCA poderia ser suficiente para desclassificar uma licitante, porque não trouxe NENHUM prejuízo para o certame ou para os demais licitantes.

Tanto que a Proposta Técnica foi devidamente analisada pela Comissão Especial de Licitação, e foi atribuída a melhor nota à Recorrida.

Desta forma, como já demonstrado nos itens "a" "b" e "c", não há qualquer razão para a desclassificação da FILADÉLFIA do presente certame.



3.2 DA REVISÃO DAS NOTAS CONCEDIDAS EM RELAÇÃO AO BRIEFING

Em relação ao pedido de revisão da nota concedida à FILADÉLFIA, verificamos mais um absurdo cometido pela Recorrente.

Primeiramente, por mais de uma vez, ele questiona a lisura do certame, dando a entender que a Comissão não utilizou de critérios corretos para a análise das propostas:

Há que se ressaltar um ponto que muito nos causa estranheza, que é o critério utilizado pela Comissão para atribuição do quantitativo de pontuação às Licitantes, que, a nosso ver, tem se utilizado de pesos e medidas distintas para avaliar as propostas desta ou daquela Licitante, o que, lamentavelmente, tende a afetar seu caráter isonômico.

Poderia parecer apenas uma tentativa desesperada de desclassificar outros licitantes (5, no caso), para tentar se sagrar vencedor de uma Concorrência que não apresentou a melhor proposta.

Mas, além disso, os argumentos são totalmente incabíveis.

Para pleitear a revisão da nota da FILADÉLFIA, a recorrente utiliza basicamente os argumentos utilizados pela Comissão da Licitação em seu julgamento.

Alega que as notas foram atribuídas de maneira equivocada à FILADÉLFIA, mas não apresenta NENHUM motivo concreto para comprovar esta redução. Muito pelo contrário, apresenta argumentos totalmente subjetivos, baseados em uma experiência prévia da Recorrente no serviço licitado que não foram, em nenhum momento, sugeridos no Edital, e nem devem ser analisados para este caso em comento.

As empresas licitantes deveriam apresentar a melhor campanha dentro dos parâmetros exigidos no edital, e todos estes critérios foram devidamente observados quando do julgamento pela Comissão.

Muito embora a Recorrente alegue que as notas não condizem com o trabalho realizado pela FILADÉLFIA no que tange o Plano de Distribuição, fato é que a recorrida não teve o melhor desempenho na licitação neste quesito.

Por outro lado, em relação aos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, a FILADÉLFIA apresentou o melhor desempenho, obtendo 98%, 100% e 100% em suas notas respectivamente

Abaixo o trecho das justificativas da comissão quanto aos 3 primeiros tópicos do plano de comunicação da FILADÉLFIA:



RACIOCÍNIO BÁSICO

O raciocínio básico apresenta-se bem fundamentado e embasado, demonstrando conhecimento sobre o cenário encontrado pela atual gestão e a importância do papel da comunicação governamental, no entanto, no julgo desta comissão, não ficaram claros os desafios para implementá-la aos seus diversos públicos no âmbito estadual.

O proponente apresenta com habilidade e de forma clara o entendimento do problema e dos objetivos estabelecidos no *briefing*.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O texto apresentado tem bastante consistência lógica e clareza na argumentação, além disso, demonstra amplo entendimento sobre as questões apresentadas pelo *briefing*. Os conceitos da campanha e as linhas de comunicação apresentadas foram adequadamente embasados fazendo com que a proposta tenha alta probabilidade de desdobramentos positivos para a comunicação em todo o Estado de Minas Gerais.

IDÉIA CRIATIVA

O texto apresenta clara relação de coerência e consequência com o que está proposto nos itens anteriores, a saber: raciocínio básico e estratégia de comunicação. Fica demonstrada também sua pertinência com as atividades do Estado e sua inserção na sociedade. Há que se ressaltar a originalidade e qualidade criativa das peças apresentadas.

Para além disso, utilizar uma paródia da canção de domínio público "Bella Ciao", sucesso na série "La Casa de Papel", foi um diferencial aprovado por essa comissão.

Veja que a análise da comissão foi completa e detalhada e trouxe os pontos que destacaram a campanha da recorrida sobre as demais.

"OS CONCEITOS DA CAMPANHA E AS LINHAS DE COMUNICAÇÃO APRESENTADAS FORAM ADEQUADAMENTE EMBASADOS FAZENDO COM A QUE PROPOSTA TENHA ALTA PROBABILIDADE DE DESDOBRAMENTO POSITIVOS PARA A COMUNICAÇÃO EM TODO O ESTADO DE MINAS GERAIS."

"PARA ALÉM DISSO, UTILIZAR UMA PARÓDIA DA CANÇÃO DE DOMÍNIO PÚBLICO "BELLA CIAO", SUCESSO DA SÉRIA "LA CASA DE PAPEL", FOI UM DIFERENCIAL APROVADO POR ESSA COMISSÃO".

Veja como a recorrida foi cirúrgica em seu plano de comunicação. O *briefing* para o Lote 3 do certame em epígrafe, em suma solicitava às licitantes que trouxessem um novo significado ao combate contra a dengue para a população de Minas Gerais, pois há anos são feitas campanhas e mesmo assim os índices e números continuam aumentando.

Desta feita, ao utilizar como ponto principal de sua campanha as crianças, que "ensinam" para os pais como combater a dengue, o que nunca foi feito por nenhum governo antes, gera um apelo emocional e sentimental enorme. Assim a recorrida entendeu que esta sim poderia ser uma campanha de impacto para o Governo, alcançando resultados jamais vistos.

E como toda campanha precisa de uma grande alavanca para propagação e divulgação, apostamos na criação do spot de rádio parodiando a música "BELLA CIAO", com a intuito de realmente "viralizar" e colocar na cabeça de todos os mineiros a importância de combater a dengue principalmente eliminando os focos para proliferação e reprodução do mosquito. Fora todas as demais ações que foram lançadas no plano de comunicação que complementam e engrandecem a nossa proposta.

E porque estamos trazendo todos esses argumentos neste tópico? Justamente para justificar o que a recorrente não conseguiu extrair das informações, atas e resultados, muito menos da proposta apresentada pela recorrida.

O Plano de Comunicação Publicitária é o conjunto de textos, peças, ações e estratégia criados pela licitante para atender aos objetivos apresentados pelo órgão em seu *briefing*. Não se faz uma análise



separada de cada um dos itens – Raciocínio Básico – Estratégia de Comunicação – Ideia Criativa – Estratégia de Mídia e Não Mídia. Trata-se de um conjunto onde cada um dos tópicos é causa e consequência do outro.

Ou seja, quando a recorrida atinge quase a perfeição nos 3 primeiros tópicos, ainda que se encontre alguma inconsistência de ordem técnica ou alguma ação apresentada que a comissão entenda que não seria a mais adequada, isso não quer dizer que a nota para aquele item terá uma redução drástica em sua pontuação justamente por se tratar da análise lógica e conectada.

Dito isso, assim como foi suscitado pela recorrente, de fato, a comissão de licitação entendeu que o item Estratégia de Mídia e Não Mídia da recorrida apresentou algumas inconsistências que poderiam ter sido melhores trabalhadas.

Por conta dessa interpretação da comissão, a recorrida, ao contrário do que faz entender a recorrente, teve sua nota muito reduzida nesse item comparado aos 3 itens anteriores. A recorrente tenta confundir a comissão, querendo comparar a nota da recorrida com a própria nota e das demais licitantes. Como dito anteriormente, trata-se de um conjunto de fatores que desdobram nas ações e planos de veiculação.

Então, ao contrário do que foi dito pela recorrente, a recorrida perdeu mais de 12% em sua nota da Estratégia de Mídia e Não Mídia, tirando somente 88% dos pontos. Veja que, comparado a suas outras notas, 98%, 100%, 100%, a redução feita pela comissão foi bem elevada.

Vejamos o que foi dito pela comissão sobre a estratégia de mídia e não mídia da recorrida.

Na estratégia de mídia, o licitante propôs a veiculação de um filme e de um spot de 60", tempo suficiente para a construção de um raciocínio, mas ineficiente se analisada a verba total destinada para a campanha. Ainda no quesito abrangência e alcance, essa comissão julgou falha a estratégia de programar apenas a TV Globo e Band Minas com cobertura estadual e as demais emissoras apenas na praça Belo Horizonte. O mesmo erro ocorreu no meio rádio, em que a licitante optou por divulgar a campanha no interior apenas pela Rádio Itatiaia SAT ao invés de programar as mais de 560 emissoras que existem no interior. No quesito defesa técnica, os meios, como televisão e jornal e revista não vieram acompanhados de dados de pesquisa, como por exemplo, os índices de audiência domiciliar, tiragem e circulação, dificultando assim a avaliação desta comissão sobre critérios como: otimização da verba, seleção dos programas, distribuição das inserções, circulação e entregas dos resultados, muitas vezes representados por CPP (custo por ponto), CPM (custo por mil) GRP, TARP, share, afinidade, frequência média eficaz, entre outros.

Tratando do julgamento do item Estratégia de Mídia e Não Mídia, embora a comissão tenha feito alguns levantamentos pontuais sobre a estratégia usada pela recorrida, é importante lembrar que a análise da comissão não é feita de forma aleatória e subjetiva.

O Edital em seu ANEXO K elenca os quesitos e pontuações para cada tópico, conforme demonstrado abaixo:





QUESITO PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-Mídia (Máximo 10 pontos)
a) O raciocínio estratégico e tático. De 0 a 2 pontos para o subquesto
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos. De 0 a 2 pontos para o subquesto.
c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios. De 0 a 2 pontos para o subquesto.
d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado. De 0 a 2 pontos para subquesto.
e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas. De 0 a 2 pontos para o subquesto.

Veja que para análise dos 5 subquestos, a estratégia, ideia criativa, criatividade da campanha, o raciocínio tático, conhecimentos estratégicos das escolhas apontadas no plano de mídia deveriam ser avaliados pela comissão.

Por isso, conforme já amplamente rebatido e explicado nesta contrarrazão, a recorrente mesmo tendo algumas observações pontuais levantadas em seu relatório, os demais itens inseridos pela recorrida cumpriram os restantes do subquestos que deveriam ser avaliados, conseguindo a pontuação de 88%, que, diga-se de passagem, foi muito inferior aos 98%, 100%, 100% que a recorrida conseguiu nos itens anteriores.

Passando para a análise dos tópicos específicos do recurso, a recorrente nada mais fez que replicar 2 fundamentos trazidos pela própria comissão, para ensejar a redução de nota, senão vejamos.

1. inobservância do princípio da economicidade e da eficiência.

2. Ineficiência dos atributos cobertura, abrangência e alcance.

Ora, todos os fundamentos postos pela Recorrente para a redução da nota da FILADÉLFIA foram devidamente analisados pela Comissão de Licitação. Ou seja, todos os argumentos que a Recorrente usa para tentar reduzir a pontuação da Recorrida já foram devidamente analisados pela Comissão de Licitação, porque ele basicamente REPETE no recurso todas as críticas que a Comissão realizou em seu julgamento. Então, a FILADÉLFIA já foi devidamente penalizada com a perda dos pontos correspondentes.

O que a recorrente pretende, desta forma, é um *bis in idem*, ou seja, penalizar duas vezes a FILADÉLFIA pelos apontamentos feitos pela comissão no que tange o Plano de Distribuição.

Mas isso não pode ser aceito. A Comissão avaliou todos os critérios e deu as notas que entendeu correta para cada uma das licitantes.

A recorrida, considerando sua nota somente para o tópico Estratégia de Mídia e Não Mídia, tirou a 3º nota no certame – 8,75, ficando praticamente empatado com a Campanha F – Mutirão contra a dengue - 8,71, perdendo para a Campanha B Esquadrão da dengue – 9,00 e para Campanha G – Dengue. O inimigo está mais próximo do que você imagina – 9,45.



Ou seja, embora a recorrida entenda que sua Estratégia de Mídia estava adequada, a comissão, através de sua análise técnica e minuciosa, entendeu que de fato haviam algumas pequenas inconsistências, e fez a redução de nota proporcional a estes apontamentos.

Outro argumento que traz a recorrente para tentar desestabilizar esta comissão é de que, o fato de haver críticas ao tópico de Estratégia de Mídia e Não Mídia na ata de julgamento, significa que a nossa proposta não poderia ser bem avaliada.

Ora, a recorrente deveria ter notado quando da realização de todos os seus recursos que a comissão apresentou na defesa de cada nota, todos os pontos, sejam eles positivos ou negativos de cada proposta. Todas as notas, inclusive das vencedoras dos demais lotes, tiveram analisadas e pontuadas suas partes positivas e negativas. Isso não significa que a proposta foi insatisfatória. O conjunto das propostas, a estratégia em si, os desdobramentos da campanha, o posicionamento do órgão junto ao seu público, dentre vários outros fatores também foram levados em consideração para pontuação final de cada licitante.

Quanto à estratégia de mídia e não mídia da recorrida propriamente dita, faremos uma breve análise e justificativa de seu plano.

Ao observarmos a pontuação geral da Filadélfia em todos os quesitos da concorrência, acreditamos que a avaliação exercida pela comissão, além de ter sido extremamente técnica, foi uma análise atualizada e correta sobre a eficiência de uma campanha de comunicação, que deve ser pensada e assim mesmo avaliada, pelo composto global da estratégia. Sendo assim, os objetivos maiores dessa comunicação como alcance, visibilidade, recall e potencial das mensagens são considerados sob essa ótica macro.

Em qualquer plataforma de mídia, seja online ou off-line, um conteúdo criativo, atrativo e de relevância exerce um papel fundamental para a eficiência de uma campanha e leva a um resultado orgânico tão forte, ao ponto de otimizar o investimento em mídia. Essa é a nossa grande defesa da estratégia proposta para a Secretaria de Saúde: o grande potencial de *awareness* que a linha criativa possui e pela sua força de reverberação e lembrança, sobretudo nos canais digitais. Esse, inclusive, foi um ponto forte na nossa estratégia de mídia, porque vai de encontro aos hábitos de consumo de toda a população, independente de classe social ou de região do estado, com um índice de 89% de penetração no *target* ABCDE 16+ que pode ser visto nos anexos dos materiais apresentados.

Portanto, analisar os *KPI's* da campanha e suas projeções de resultados de forma isolada por canais ou ainda, por veículos, é obter uma análise míope para uma avaliação técnica e real de ações de mídia e não mídia.

Entretanto, num processo de concorrência se faz necessária também uma análise dos meios e veículos individualmente, no plano tático. E foi nessa avaliação que fomos penalizados com a perda de pontos, nos itens apontados pela recorrente e já assinalados, como exaustivamente dito nesta petição, pela comissão.

De toda forma, em resposta às colocações da recorrente nos cabe a defesa a esses pontos individualmente:

1. Televisão - O formato de 60"



Esse formato foi utilizado na primeira semana de mídia e somente na TV Globo (por ser responsável por uma cobertura de 99,93% da população do estado). Tal estratégia se deu para que o lançamento da campanha causasse um grande impacto, que é fundamental para visibilidade de todo lançamento.

Nas 3 semanas seguintes e nas demais emissoras já entramos com a redução de 30" para a manutenção de uma maior frequência até o final da veiculação.

2. Cobertura das praças do interior

Televisão: os critérios determinantes na escolha das emissoras foram o *share* de cada uma delas no estado, a cobertura de municípios, população e domicílios e a verba geral de campanha que deve ser sempre otimizada. E pelos resultados desses índices, não seria necessário em termos de alcance, a presença estadual de todas as emissoras para se obter a cobertura geral do estado. Além disso, 45% dos índices de concentração dos casos de dengue, ou seja, os municípios mais críticos e emergenciais estão nas regiões alcançadas pelas emissoras com sinal somente de Belo Horizonte.

Rádio: os mesmos critérios de análise fizemos para esse meio. O jornal da Itatiaia através da rede *Itasat* cobre mais de 800 municípios, sendo 95% do estado, o que também não compromete o alcance da campanha nesse meio, além de otimização de verba direcionada para outros canais, sobretudo digitais que permitem um dinamismo, variedade de conteúdo, leads e mensuração como nenhum outro. Outras questões como proximidade e variedade de perfis de audiência pode ter sido comprometida e por isso perdemos pontos, mas a mensagem não deixará de ser dada pelo alcance da emissora proposta.

3. Pesquisas

Todas as pesquisas analisadas e anexadas referem-se ao público ABCDE acima de 16 anos e não às classes AB como citado pela AZ3.

4. Cachê dos atores e produções.

Quanto a este tópico, novamente é importante salientar que não há no edital qualquer regra ou mandamento que determine a forma de apresentação da planilha de custos e anexos. Desta feita, fica à critério da licitante a apresentação de seus custos, contando que os valores sejam exequíveis e dentro de bases aceitáveis do mercado de Minas Gerais.

Considerando a realização de uma grande produção para criação de conteúdos diversos para a campanha, e do modo a simplificar a aposição dos custos, a recorrida inseriu todos os custos de cachê e produções dentro de um tópico único. Veja que o valor para este item é de 264.984,00. Ou seja, estão englobados os valores dentro deste item. A produção de fotos e vídeo seria feito em um único momento, e utilizado durante a campanha que tem curta duração.

Não cabe ao recorrente definir como devemos apresentar a planilha de distribuição da verba da campanha. Se não há um parâmetro objetivo para ser seguido, cada licitante fica livre para inserir os custos nas rubricas que entender correta.

Cabe exclusivamente à comissão julgadora a análise da planilha de custos. À recorrente, ficaria a possibilidade de recurso no caso de descumprimento de alguma norma ou regra do edital que pudesse criar alguma vantagem ou quebra da isonomia ou impessoalidade das propostas, o que não foi o caso.



A recorrente não apresenta argumentos para tal. Somente questiona a análise da comissão, solicitando a aplicação em duplicidade de penalidades previamente aplicadas e já descontadas contra a recorrida.

Por todos os motivos narrados de forma clara, objetiva, e considerando que a comissão procedeu com todas as suas análises, já penalizando a recorrida pelos eventuais erros técnicos apresentados em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, conforme a própria ata de resultado divulgada, e considerando que a recorrente não trouxe qualquer fato novo ou elementos que pudessem alterar ou modificar a nota, o Recurso interposto por AZ3 deve ser desprovido.

4. CONCLUSÃO

Por todo o exposto, pede-se desprovido total do recurso da AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, devendo ser mantida a classificação da FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI, bem como sua nota, mantendo-a como 1ª colocado da concorrência em epígrafe, para o LOTE 3 do Governo de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 27 de maio de 2020.

Erica Fantini Santos
FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI
CNPJ: 24.172.716/0001-34
Sócia: Érica Fantini Santos