

Recebido
19/08/2024
15h02
[Assinatura]

**ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE
LICITAÇÕES**

Concorrência Pública n.º 001/2023

Processo SEI n.º 1710.01.0000306/2023-79

Objeto: Contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Secretaria de Estado de Comunicação Social – SECOM, do Governo do Estado de Minas Gerais.

BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA - ME, inscrita no CNPJ nº 17.489.954/0001-02, com sede em Belo Horizonte, Minas Gerais, na Rua Rio de Janeiro, 2735 - Andar 11, Bairro Lourdes, por sua advogada e procuradora infra-assinada, vem, em face da decisão decorrente do julgamento das Propostas Técnica e de Preços, com fundamento no item 15 do Edital de Concorrência Pública 001/2023, interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

visando à revisão do resultado do julgamento das propostas técnicas, tendo em vista claros equívocos na avaliação da Proposta Técnica da Recorrente, que recebeu pontuação significativamente inferior àquela a que faria jus, em inobservância do instrumento convocatório, em especial, ao Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas, conforme a seguir exposto.

I – DA TEMPESTIVIDADE

Inicialmente, cumpre registrar a tempestividade do presente recurso, por interposto dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis estabelecido pelo Edital, a contar da intimação do ato ora recorrido, ocorrida no dia 08 de agosto de 2024.

Conforme constante de Comunicado publicado no Diário Oficial no dia 4 de janeiro de 2024, firmado pelo Secretário de Justiça do Estado de Minas Gerais, no dia 15 de agosto – quinta-feira, foi observado feriado em Belo Horizonte. Já no dia 16 de agosto – sexta-feira, foi decretado ponto facultativo em Belo Horizonte também.

Deste modo, os dias úteis ocorridos após a data da publicação da ata que contém as notas técnicas, foram 9, 12, 13, 14 e 19 de agosto. Assim, o protocolo ocorre hoje, no último dia de prazo, 19 de agosto, de forma a conferir tempestividade ao presente recurso administrativo.

II – DO OBJETO DA PRESENTE CONCORRÊNCIA PÚBLICA

Trata-se de recurso administrativo interposto na Concorrência Pública n.º 001/2023 do Estado de Minas Gerais que, por intermédio da Secretaria de Estado de Comunicação Social, objetiva a contratação de serviços de publicidade e propaganda para atendimento das demandas da Superintendência Central de Publicidade.

Conforme ata de reunião da análise e julgamento do Invólucro n.º 1, em 20/05/2024 a Subcomissão Técnica responsável pela análise das propostas técnicas apresentadas reuniu-se para o estudo e análise das propostas apresentadas pelos interessados, com base nos seguintes quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia.

Em 05/08/2024, a Comissão Especial de Licitação, em sessão pública, deu publicidade à apuração do resultado geral das propostas técnicas, posteriormente disponibilizada no site da Secretaria-Geral.

Em não se conformando com as justificativas da pontuação atribuída ao seu Plano de Comunicação Publicitária, para cada um dos quesitos indicados, em confronto com as Propostas Técnicas apresentadas pela **Agência B** (MINAS OPORTUNIDADES QUE TRANSFORMAM VIDAS), **Agência C** (O GOVERNO CRIA OPORTUNIDADE E TODOS SAEM GANHANDO), **Agência E** (É MINAS CRESCENDO E OS MINEIROS TAMBÉM) e **Agência F** (COM FÉ NA GENTE, A GENTE CRESCE), a Recorrente passa a evidenciar as razões de seu inconformismo visando a reanálise e majoração da sua pontuação média final.

Conforme se demonstrará, as notas técnicas e classificações indicadas, em comparação à nota técnica atribuída à Recorrente, não podem prosperar, posto que claramente refletem equívocos na análise das propostas técnicas, o que deverá necessariamente levar à revisão das notas conferidas, alterando-se, em consequência, a ordem de classificação dos licitantes, conforme será indicado abaixo.

Além disso, será demonstrado que tais avaliações não observaram os critérios objetivos estabelecidos no Anexo I do edital, que estabelece procedimentos para o julgamento das propostas técnicas, bem como faixas de pontuação para cada quesito, a partir da escala de notas para quesitos não atendidos, insuficientemente atendidos, parcialmente atendidos, satisfatoriamente atendidos ou plenamente atendidos, como demonstraremos a seguir.

Destaca-se, desde já, que a simples leitura, até por um leigo, da argumentação lançada no presente recurso, evidencia a discrepância da avaliação do membro da Subcomissão, Sr. Leandro Groppo, cujas falhas substanciais refletem a aplicação incoerente e inconsistente dos critérios estabelecidos no edital, evidenciando subjetividade exacerbada que coloca em risco todo o resultado da avaliação. Salta aos olhos a falta de coerência para a atribuição das pontuações, revelando escolha aleatória daquelas que venceriam o certame, descompromissada com o comportamento isonômico, transparente e ético que deve nortear a atuação de todos que desempenham múnus público. Tal comportamento, como se verá, coloca em risco a lisura do certame.

III – DO DESCUMPRIMENTO DO EDITAL QUANTO À REALIZAÇÃO DA REAVALIAÇÃO

A análise da nota atribuída à campanha "Minas no Rumo Certo" pelo avaliador Leandro Groppo revela um claro vício no processo avaliativo, sendo necessário examinar o cumprimento das exigências do item 2.6.2 do edital da Concorrência 001/2023.

O edital estabelece que, quando há uma diferença superior a 20% entre a maior e a menor pontuação atribuída por membros da Subcomissão Técnica, deve ocorrer uma reavaliação das notas. Persistindo a diferença, é necessário que os avaliadores registrem em ata as razões pelas quais mantiveram suas notas.

No caso específico da campanha "Minas no Rumo Certo", as notas variaram de 16 a 23,5 pontos, uma disparidade que deveria ter acionado esse mecanismo de reavaliação e justificativa.

O texto apresentado por Leandro Groppo para justificar a nota de 16 pontos atribuída à campanha a falha de "*não atender à originalidade e ousadia solicitadas no edital,*" classificando a comunicação como "*igual a todos os*

governos e administrações públicas tradicionais" e, portanto, "incompatível com o solicitado de diferenciação na comunicação da solução criativa". Contudo, essa justificativa levanta diversas questões sobre a aplicação dos critérios estabelecidos pelo edital e sobre a coerência da avaliação.

Primeiramente, a avaliação da "originalidade e ousadia" é, por natureza, subjetiva e aberta a interpretações variadas. No entanto, a subjetividade deve ser mitigada por uma aplicação criteriosa e uniforme dos parâmetros do edital. O argumento de que a campanha é semelhante a outras comunicações governamentais não necessariamente implica que a campanha carece de valor criativo. A comunicação pública, por sua própria natureza, deve equilibrar inovação com acessibilidade e clareza, especialmente quando se destina a públicos amplos e diversos. A ausência de inovação extrema não pode significar, por si só, que a campanha não é eficaz ou que não atende aos objetivos estratégicos estabelecidos no edital.

Além disso, a justificativa apresentada pelo Sr. Groppo não parece considerar o contexto em que a comunicação foi desenvolvida. A comparação com outras administrações públicas pode ser injusta se não houver uma análise profunda de como a campanha "Minas no Rumo Certo" se diferencia em termos de sua aplicação prática e alcance.

A avaliação de uma campanha publicitária deve considerar não apenas a inovação estética, mas também sua eficácia em transmitir a mensagem de maneira clara e impactante ao público-alvo. A simples observação de que a comunicação é "igual a todos os governos" ignora a possibilidade de que essa similaridade possa ser estratégica e intencional, visando maximizar a compreensão e o impacto da mensagem.

Mais problemático ainda é o fato de que não há evidência na ata ou nos documentos associados de que o referido membro da Subcomissão Técnica tenha tido ciência das notas mais altas atribuídas por outros membros

da comissão, os Srs. Pablo Medrado e Warlei Lamas, que concederam 22 e 23,5 pontos, respectivamente.

Se o Sr. Grôppo tivesse sido informado dessas notas e, ainda assim, optasse por manter sua avaliação inferior, seria esperado que ele apresentasse uma justificativa mais detalhada, que abordasse as razões específicas pelas quais discordava de seus colegas e mantinha sua posição. A falta de tal justificativa sugere que o processo de reavaliação pode não ter ocorrido de maneira completa e transparente, o que configura um vício procedimental.

O texto apresentado na ata **em nenhum momento faz menção à ciência às demais notas e os motivos pelos quais delas o avaliador discorda.** Reveja-se o texto, para fins de clareza: *“Não atende à originalidade e ousadia solicitadas no edital. Comunicação igual a todos os governos e administrações públicas tradicionais. Incompatível com o solicitado de diferenciação na comunicação da solução criativa. Item parcialmente atendido ao edital”.*

Essa fundamentação serve para um juízo de atribuição de nota, mas não consiste em uma motivação suficiente para uma reavaliação, já que não há qualquer elemento dialogando com as notas dos demais avaliadores e das razões pelas quais o Sr. Leandro Grôppo discorda dos Srs. Pablo Medrado e Warlei Lamas.

Esse vício na reavaliação compromete a integridade do processo licitatório, pois a ausência de um debate aprofundado e da devida consideração das divergências entre os avaliadores impede que o julgamento técnico seja conduzido com a imparcialidade e o rigor necessários. A manutenção de uma nota significativamente inferior, sem uma reavaliação que considerasse os pontos de vista divergentes, desrespeita o não só o item 2.6.2 do edital como também o princípio da isonomia, essencial em qualquer processo licitatório.

Portanto, a argumentação do Sr. Leandro Groppo, embora válida em sua percepção individual, não se sustenta sem uma reavaliação adequada conforme exigido pelo edital. A discrepância nas notas, associada à falta de um processo transparente de reconsideração, indica a existência de um vício que pode comprometer a validade do julgamento técnico das propostas.

Diante disso, torna-se imperativo que a nota atribuída à campanha "Minas no Rumo Certo" seja revisitada à luz de um processo reavaliativo que respeite os critérios do edital e que assegure uma análise justa e equânime entre todas as propostas concorrentes, de forma motivada. A falha em seguir rigorosamente os procedimentos estabelecidos pode, portanto, dar ensejo à nulidade do julgamento técnico, o que exige correção imediata, por parte da Comissão Especial de Licitação, para preservar a integridade e a lisura do processo licitatório.

IV – DAS FALHAS ENCONTRADAS NAS NOTAS TÉCNICAS ATRIBUÍDAS

Os critérios que norteiam o julgamento das propostas técnicas no presente certame, limitadas a 100 pontos, encontram-se previstos no Anexo I (item 2.2), compostos da seguinte forma:

INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA
a) Raciocínio Básico – 10 pontos b) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos c) Ideia Criativa – 25 pontos d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 65 PONTOS

INVÓLUCRO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
a) Capacidade de Atendimento – 15 pontos b) Repertório – 10 pontos c) Relatos – 10 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS – 35 PONTOS

Uma vez fixados tais parâmetros de julgamento, devidamente detalhados nos subitens 2.3.1 a 2.3.4 do Anexo I, cada aspecto avaliado deveria observar a seguinte escala:

2.5. Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus Anexos e, devendo ser atribuída nota que variará conforme a seguinte escala:

2.5.1. Não atendido ou erroneamente atendido (de 0 a 20% da nota máxima): quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

2.5.2. Insuficientemente atendido (mais de 20 até 40% da nota máxima): quando a proposta contempla de forma insuficiente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, com grandes e relevantes desvios do solicitado.

2.5.3. Parcialmente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima): quando a proposta contempla aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, mas com desvios do solicitado.

2.5.4. Satisfatoriamente atendido (mais de 70 até 90% da nota máxima): quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado, com irrelevantes desvios do solicitado.

2.5.5. Plenamente atendido (mais de 90 até 100% da nota máxima): quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos do quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos em Edital para o aspecto a ser avaliado ou, ainda, com apenas pequenos detalhes, irrelevantes desvios do solicitado.

No entanto, o que se verifica da análise da Ata de Reunião da Conclusão dos Trabalhos de Análise e Julgamento do Envelope 1 – Via Não Identificada, é que esses critérios não foram aplicados na análise dos quesitos “Raciocínio Básico” e “Ideia Criativa”, todos do Plano de Comunicação, como demonstraremos a seguir.

IV.1 – DO QUESITO “RACIOCÍNIO BÁSICO”

A avaliação do raciocínio básico da campanha "Minas no Rumo Certo" merece uma reavaliação, especialmente em virtude das considerações feitas pelo membro da Subcomissão Técnica, Sr. Leandro Grôppo, que retirou um ponto do total atribuído ao trabalho da Recorrente. Ao analisar os comentários do avaliador Sr. Leandro, fica evidente que a percepção dele em relação ao raciocínio apresentado pela equipe foi de que este teria se limitado a reproduzir dados do próprio edital, sem apresentar uma análise profunda das regiões de maior carência social. No entanto, essa avaliação não reflete de forma justa o conteúdo apresentado.

No entanto, é fundamental destacar que, embora os dados do edital tenham sido utilizados como base, eles serviram não apenas como uma repetição de informações, mas como uma fundamentação sólida para a análise criteriosa e contextualizada das necessidades específicas do projeto. O raciocínio desenvolvido pela equipe foi além da simples reprodução de dados, proporcionando uma leitura mais aprofundada das demandas locais e sugerindo estratégias adaptadas para essas áreas, o que demonstra uma acuidade e pertinência na análise das características e especificidades do Governo do Estado de Minas Gerais e do contexto de atuação.

No que diz respeito à abordagem das regiões de maior carência social, essa questão foi claramente contemplada no texto. A divisão do território de Minas Gerais em 10 Regiões de Planejamento foi citada, justamente para evidenciar a necessidade de uma comunicação segmentada e alinhada com o perfil social, cultural e econômico de cada região. Essa segmentação estratégica busca responder de maneira assertiva ao desafio de comunicação proposto, evidenciando um entendimento profundo dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.

Assim, a campanha da Recorrente demonstrou uma compreensão integral das especificidades regionais e apresentou propostas coerentes para responder a essas necessidades.

Portanto, o raciocínio apresentado na campanha "Minas no Rumo Certo" atende plenamente aos critérios estabelecidos para a avaliação desse quesito, mostrando-se não apenas adequado, mas também inovador e detalhado. A nota atribuída deveria, portanto, refletir essa qualidade, sendo ajustada para um valor mais justo, que reconheça a profundidade e a pertinência das análises e propostas apresentadas pela equipe.

IV.2 – DO QUESITO “IDEIA CRIATIVA”

a) Quesito “Ideia Criativa”, parâmetro “ousadia”, campanhas “A - Minas no Rumo Certo” x “S – Oportunidade dá Asas para Voar Mais Longe”

Conforme consta da ata divulgada, na avaliação do quesito “Ideia Criativa”, o membro da Subcomissão Técnica Sr. Leandro Grôppo afirmou que a proposta ***“não atende à originalidade e ousadia solicitadas no edital”***, resultando em uma nota de 16 pontos, classificada como ***“parcialmente atendido”***. Entretanto, ao comparar essa avaliação com a de outra campanha, especificamente a “Oportunidade dá Asas Pra Voar Mais Longe”, observamos uma grave inconsistência na aplicação dos critérios de avaliação.

Na campanha “Oportunidade dá Asas Pra Voar Mais Longe” (Letra S), o mesmo avaliador destacou que a proposta estava ***“distante da ousadia solicitada no edital”***, um comentário similar ao feito para a campanha “Minas no Rumo Certo”. No entanto, essa campanha recebeu uma nota de 18 pontos, sendo classificada como ***“satisfatoriamente atendido”***. Essa diferença na classificação entre ***“parcialmente atendido”*** e ***“satisfatoriamente atendido”***

resulta em uma disparidade significativa na pontuação, que, segundo o item 2.5 do edital, afeta diretamente o intervalo de notas possíveis.

Isso porque, uma vez considerado **“parcialmente atendido”** o quesito, a nota pode variar somente de 10 a 17,5, porque segundo o item 2.5.3, ela deve ficar no intervalo de 40% a 70% da nota máxima. No entanto, se um quesito é considerado **“satisfatoriamente atendido”**, a nota deverá ser atribuída dentro do intervalo de 17,5 a 22,5 pontos, para atender ao item 2.5.4 e situar-se entre 70% a 90% da nota máxima do quesito.

Ao considerar que ambos os comentários sobre a **“falta de ousadia”** são semelhantes, a diferença de classificação entre **“parcial”** e **“satisfatória”** coloca as campanhas em patamares muito diferentes de pontuação, o que não revela ser uma aplicação justa e proporcional dos critérios estabelecidos. A diferença entre 16 e 18 pontos coloca a campanha da recorrente em uma faixa de avaliação significativamente inferior, o que não corresponde à realidade das observações feitas pelo avaliador.

Para um julgamento justo e objetivo, nos termos do item 2.5, a suposta **“falta de ousadia”** deveria receber a mesma classificação, não podendo um mesmo fundamento significar, ao mesmo tempo, atendimento total e parcial de um mesmo quesito que está sendo analisado.

Portanto, essa falha precisa ser sanada por meio de uma reavaliação da nota da Recorrente, em especial ante a ausência de justificativa plausível motivando tal disparidade.

b) Quesito “Ideia Criativa”, parâmetro “ousadia”, Campanhas “A – Minas no Rumo Certo” x “E - É Minas Crescendo e os Mineiros Também”

A análise das campanhas “Minas no Rumo Certo” e “É Minas Crescendo e os Mineiros Também” no quesito “Ideia Criativa” também revela uma disparidade significativa no julgamento, que merece uma reavaliação criteriosa.

As notas atribuídas pelo avaliador Sr. Leandro Grôppo refletem uma inconsistência que coloca em dúvida a objetividade e a imparcialidade do processo de avaliação. Enquanto a campanha “Minas no Rumo Certo” foi penalizada com uma nota de 16 pontos, sob o argumento de que faltava originalidade e ousadia, a campanha “É Minas Crescendo e os Mineiros Também” recebeu 22 pontos, sendo considerada satisfatória no mesmo aspecto. Essa discrepância, entretanto, não se sustenta quando examinamos os critérios utilizados para justificar as notas.

Ambas as campanhas foram avaliadas em um contexto em que a ousadia e a inovação eram valorizadas. No entanto, o fundamento da falta de ousadia foi empregado de maneira desigual, levando a resultados divergentes. No caso da campanha “Minas no Rumo Certo”, a ausência de inovação foi suficiente para que a solução criativa fosse considerada parcialmente atendida, resultando em uma nota significativamente menor. Por outro lado, a campanha “É Minas Crescendo e os Mineiros Também”, que segundo o referido membro da Subcomissão Técnica também não demonstrou um alto grau de inovação, foi avaliada como plenamente atendida, o que resultou em uma nota consideravelmente mais alta.

Essa abordagem inconsistente evidencia uma falha no processo avaliativo, pois os critérios de originalidade e ousadia foram aplicados de forma discrepante. Em uma licitação, é imperativo que o julgamento seja uniforme e que os mesmos parâmetros sejam utilizados para todas as propostas. A diferença nos patamares de nota atribuídos às duas campanhas é, portanto, injustificável. Se uma campanha foi considerada parcialmente atendida devido à falta de ousadia, a mesma lógica deveria ter sido aplicada à outra campanha que apresentou características similares.

Ademais, a atribuição de notas tão diferentes para quesitos que deveriam ser avaliados de maneira uniforme compromete a integridade do processo licitatório. Não é aceitável que uma campanha seja julgada como **“totalmente atendida”**, podendo receber 17,5 a 22,5 pontos, e outra como **“parcialmente atendida”**, podendo receber 10 a 17,5 pontos, com base em um mesmo parâmetro, de forma inconsistente. Essa falta de uniformidade no julgamento não pode prevalecer em uma licitação que visa selecionar a proposta mais adequada com base em critérios claros e equânimes.

Portanto, é crucial que haja uma reavaliação da nota atribuída à campanha “Minas no Rumo Certo” no quesito “Ideia Criativa”. A disparidade identificada na avaliação entre as duas campanhas, baseada na suposta falta de ousadia, deve ser corrigida para assegurar que o processo seja conduzido de forma justa e transparente. A aplicação equitativa dos critérios estabelecidos no edital é essencial para garantir a lisura e a confiança no processo licitatório.

c) Quesito “Ideia Criativa”, parâmetro “originalidade”, campanhas “A - Minas no Rumo Certo” x “J – Promover a Dignidade é Valorizar a Nossa Gente” x “S – Oportunidade dá Asas para Voar Mais Longe”

Observa-se que embora a crítica sobre a **“falta de originalidade”** seja semelhante em várias campanhas, as notas atribuídas variam significativamente.

Tal como ocorrido em relação à fundamentação sobre suposta **“falta de ousadia”**, a campanha “Oportunidade dá Asas Pra Voar Mais Longe” (Letra S) recebeu 18 pontos, e mesmo com uma crítica similar sobre a **“falta de originalidade”**, a campanha “Minas no Rumo Certo” (Letra A) recebeu apenas 16 pontos.

A campanha "Promover a Dignidade é Valorizar a Nossa Gente" (Letra J) também recebeu uma nota de 18 pontos, apesar de similarmente ser criticada por falta de originalidade, pois o membro da Subcomissão Técnica, Sr. Leandro Grôppo afirma em sua justificativa que a *"Campanha não se difere dos padrões governamentais, não propõe ousadia e mantém modelo tradicional"*. Ao afirmar que esta campanha mantém um modelo tradicional, está afirmando sua falta de originalidade.

Assim, repete-se o quadro de inconsistência avaliativa, pois o mesmo avaliador considerou que a campanha "Minas no Rumo Certo" tinha ***"parcialmente atendido"*** o quesito, podendo sua nota pode variar somente de 10 a 17,5, já que ela deve ficar no intervalo de 40% a 70% da nota máxima (item 2.5.3). No entanto, se um quesito é considerado ***"satisfatoriamente atendido"***, a nota deverá ser atribuída dentro intervalo de 17,5 a 22,5 pontos, situando-se entre 70% a 90% da nota máxima do quesito.

Portanto, fica evidente a discrepância e a injustiça na avaliação da campanha "A - Minas no Rumo Certo".

A crítica de ***"falta de originalidade"*** foi aplicada de forma inconsistente, resultando em notas distintas para campanhas com apontamentos semelhantes. A campanha "Minas no Rumo Certo" foi indevidamente penalizada, recebendo uma nota abaixo do intervalo ***"satisfatoriamente atendido"*** para um quesito considerado ***"parcialmente atendido"***. É fundamental que haja uma revisão da avaliação e das notas atribuídas, garantindo que todas as campanhas sejam tratadas com equidade e justiça.

d) Quesito "Ideia Criativa", parâmetro "originalidade", campanhas "A - Minas no Rumo Certo" x "B - Minas Oportunidades que Transformam Vidas".

Ao analisar as avaliações feitas pelo Sr. Leandro Grôppo no quesito "Ideia Criativa" das campanhas "Minas no Rumo Certo" e "Minas Oportunidades que Transformam Vidas", fica evidente uma falta de equidade na aplicação dos critérios de avaliação. Ambas as campanhas foram criticadas pela falta de originalidade, um aspecto central no quesito avaliado. No entanto, a disparidade nas notas atribuídas revela uma inconsistência que precisa ser reexaminada.

No caso da campanha "Minas no Rumo Certo", a avaliação destacou que a proposta *"não atende à originalidade e ousadia solicitadas no edital"* e que a comunicação apresentada era *"igual a todos os governos e administrações públicas tradicionais"*, resultando em uma nota de 16 pontos. Essa avaliação categorizou a campanha como **"parcialmente atendido"**, colocando-a em um patamar inferior dentro do critério de avaliação.

Por outro lado, a campanha "Minas Oportunidades que Transformam Vidas" recebeu uma nota de 22 pontos, apesar de ter sido criticada por *"baixa originalidade e distante da ousadia solicitada no edital"*. O avaliador apontou também que a falta de clareza na adequação das peças comprometia a adequação ao perfil dos segmentos de público-alvo. No entanto, mesmo com observações que denotam supostas deficiências semelhantes às da campanha "Minas no Rumo Certo", o quesito "Ideia Criativa" dessa campanha foi classificado como **"satisfatoriamente atendido"**, o que a colocou em uma faixa de pontuação muito mais alta.

Essa diferença de tratamento, considerando críticas tão similares, consiste em uma aplicação inconsistente dos critérios de avaliação, que não pode subsistir. Enquanto a campanha "Minas no Rumo Certo" foi severamente penalizada, a campanha "Minas Oportunidades que Transformam Vidas" foi beneficiada com uma classificação e nota significativamente superiores, apesar de ambas terem sido julgadas como detentoras de falta de originalidade.

Essa incoerência aponta para a necessidade de uma reavaliação da nota atribuída à campanha "Minas no Rumo Certo", de forma a garantir que

a avaliação seja justa e equitativa, refletindo com precisão o desempenho da licitante.

e) Quesito “Ideia Criativa”, campanhas “A - Minas no Rumo Certo” x “O – Governo Cria Oportunidades e Todos Saem Ganhando”

A avaliação das campanhas "Minas no Rumo Certo" e "O Governo Cria Oportunidades e Todos Saem Ganhando" apresenta uma discrepância notável nas notas atribuídas ao quesito de "Ideia Criativa". Enquanto a campanha "Minas no Rumo Certo" recebeu uma nota inferior, a outra campanha, apesar de ter sido alvo de críticas severas, obteve uma avaliação mais elevada, de um mesmo membro avaliador da Subcomissão Técnica. Essa situação, no entanto, merece uma análise cuidadosa, pois a atribuição dessas notas é marcada por uma subjetividade que desrespeita os critérios técnicos estabelecidos pelo edital da concorrência.

Inicialmente, é importante destacar que a avaliação de "Ideia Criativa" para a campanha "Minas no Rumo Certo" foi pautada em critérios que não correspondem ao rigor exigido no edital. A justificativa apresentada pela comissão avaliadora menciona que a campanha não atendia à "originalidade e ousadia solicitadas", apontando que a comunicação era semelhante a campanhas de governos tradicionais. No entanto, essa análise ignora o fato de que a comunicação pública, por sua natureza, precisa equilibrar a inovação com a clareza e a acessibilidade ao público-alvo. A originalidade não pode ser avaliada em detrimento da eficácia comunicativa, especialmente quando o edital não estabelece parâmetros claros sobre o nível de inovação esperado.

Por outro lado, a campanha "O Governo Cria Oportunidades e Todos Saem Ganhando", embora tenha recebido uma nota maior, foi criticada por apresentar problemas de clareza e adequação ao público-alvo, como indicado no relatório. Essa aparente contradição levanta a questão de como os critérios de avaliação foram aplicados. Se a falta de originalidade foi um ponto

crucial para a penalização da campanha "Minas no Rumo Certo", a falta de clareza deveria ter sido igualmente determinante para a avaliação da outra campanha.

f) Quesito "Ideia Criativa", campanhas "A - Minas no Rumo Certo" x "H – O Governo de Minas Faz Diferente"

A análise comparativa das notas atribuídas às campanhas "Minas no Rumo Certo" e "O Governo de Minas Faz Diferente" no quesito "Ideia Criativa" revela uma discrepância que precisa ser reconsiderada. A campanha "Minas no Rumo Certo" recebeu uma nota de 16 pontos do membro da Subcomissão Técnica Leandro Groppo, enquanto a campanha "O Governo de Minas Faz Diferente" foi avaliada pelo mesmo avaliador com 22 pontos. Essa diferença significativa não encontra justificativa adequada quando se examinam os fundamentos utilizados para a avaliação de ambas as campanhas.

O avaliador justificou a nota inferior dada à campanha "Minas no Rumo Certo" alegando que a comunicação era similar à de outros governos e administradores públicos tradicionais, caracterizando-a como "incompatível com o solicitado de diferenciação na comunicação da solução criativa." Entretanto, a campanha "O Governo de Minas Faz Diferente", que obteve uma pontuação superior, também é caracterizada por elementos convencionais e padronizados, como o uso de fotos de bancos de imagens e uma abordagem que não se distingue por inovação ou criatividade marcante.

O slogan "**O governo de Minas faz diferente**" é uma adaptação direta e previsível do slogan oficial atual do governo, sem qualquer esforço de reinvenção ou criatividade que pudesse distinguir a proposta. Além disso, a utilização de fotos genéricas de pessoas felizes, sem contextualização específica, reduz a força emocional da campanha e limita as possibilidades de interpretações ricas e variadas.

A estrutura da campanha H é muito semelhante à da campanha A, com um slogan acompanhado por uma foto representativa do programa, sem qualquer adição visual que enriqueça ou diferencie a mensagem, sugerindo uma avaliação subjetiva neste quesito.

O que se observa, portanto, é uma incoerência na aplicação dos critérios de avaliação. Se a falta de ousadia e inovação foi motivo para a penalização da campanha “Minas no Rumo Certo”, a mesma lógica deveria ter sido aplicada à campanha “O Governo de Minas Faz Diferente”, pois esta apresentou “*mais do mesmo*” segundo a justificativa do membro da Subcomissão.

A utilização de elementos visuais comuns, como fotos de banco de imagens, na campanha “O Governo de Minas Faz Diferente” deveria, segundo os próprios critérios mencionados por Groppo, ter resultado em uma nota menor. A atribuição de 22 pontos a essa campanha parece, portanto, desproporcional e incoerente, especialmente quando comparada à avaliação mais severa da campanha “Minas no Rumo Certo”.

g) Quesito “Ideia Criativa”, subitem “originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta” da campanha “G – Governo Diferente Muda a Vida da Gente”

A campanha “G – Governo Diferente Muda a Vida da Gente” foi avaliada com a nota 4 pelo membro da Subcomissão Técnica Leandro Grôppo no subitem “*originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta*” do quesito “Ideia Criativa”.

Essa pontuação, todavia, parece superestimada quando consideramos a solução criativa apresentada. O slogan “**Governo diferente muda a vida da Gente**” é uma variação direta e pouco inspirada do slogan oficial atual: “**Governo Diferente, estado eficiente**”. Essa adaptação carece de

inovação, resultando em uma repetição sem criatividade que desperdiça uma oportunidade valiosa de fortalecer a mensagem institucional.

A construção visual da campanha também é insuficiente, concentrando-se no encerramento das frases ***“muda o jeito de olhar para a gente”***, mas de forma visualmente poluída. A tentativa de representar as áreas dos programas por meio de um olho composto por elementos repetitivos como garfos, casas, e lápis, resulta em uma comunicação confusa e sobrecarregada, prejudicando a clareza e a eficácia da mensagem.

Comparando-se esta pontuação com aquela atribuída à campanha “A – Minas no Rumo Certo”, há uma grande discrepância, pois a campanha G, apesar da falta de criatividade foi aquinhoadada com uma nota 4, enquanto a campanha A, que supostamente também não seria criativa, na opinião do mesmo avaliador, obteve uma nota 1.

Como já dizia o brocardo latino *“ubi ratio, ubi jus”* onde existe a mesma razão fundamental, deve prevalecer a mesma regra de direito. Se houve em ambas a falta de criatividade, as notas não poderiam ser tão diferentes, como ocorreu. Desse modo, mais uma vez, há uma inconsistência avaliativa que demanda saneamento.

h) Quesito “Ideia Criativa”, subitem “originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta” da campanha “M – Oportunidade, o Melhor Programa Social que Existe. Vai que é sua!”

O slogan da campanha M, ***“Oportunidade: O melhor programa social que existe. Vai que é sua!”***, não apresenta a inovação esperada, uma vez que ***“oportunidade”*** foi um tema recorrente em outras propostas submetidas ao mesmo edital. A falta de singularidade, combinada com um

conceito criativo que não se destaca, não justifica a alta pontuação recebida. Isso porque a campanha recebeu a nota máxima para o subitem, de 5 pontos.

Embora as peças da campanha M sejam bem-acabadas, elas seguem a mesma linha de campanhas já vistas, utilizando fotos genéricas de pessoas nos programas. A suposta originalidade na formação da palavra "oportunidade" com diversos elementos visuais não é tão inovadora, já que grande parte dessas imagens pode ser facilmente encontrada em bancos de imagem.

Além disso, a escolha visual central da campanha M entra em contradição com a clareza exigida no quesito de adequação da linguagem. Muitos programas sociais têm como público-alvo pessoas de certa idade e com menor nível de instrução. A maneira como a palavra "**oportunidade**" é aplicada dificulta a leitura, o que pode comprometer a transmissão da mensagem, especialmente em mídias exteriores onde o tempo de contato com a peça é limitado, prejudicando a assimilação da mensagem.

Comparando ainda a campanha M com a campanha "S – A Oportunidade dá Asas para Voar Mais Longe", o tratamento discrepante a partir do elemento "**oportunidade**" torna-se ainda mais óbvio. A campanha S segue uma linha semelhante à campanha M, na exploração do conceito de "**oportunidade**", mas possui uma execução visual muito mais inovadora, utilizando imagens de pessoas com asas. Ou seja, há uma abordagem mais complexa e diferenciada apesar do mesmo ponto de partida. No entanto, o avaliador Leandro Grôppo apontou uma nota muito inferior também para a campanha S, atribuindo-lhe apenas 2 (dois) pontos, o que revela uma incoerência, mais uma vez, no exame técnico das propostas.

Assim, essa falta de singularidade criativa na campanha M, especialmente no que diz respeito ao termo "**oportunidade**", levanta questionamentos sobre a alta pontuação recebida, particularmente no subitem

"originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta", onde a campanha alcançou a nota máxima. Essa avaliação generosa torna-se ainda mais problemática ao se considerar que a campanha Minas no Rumo Certo, que demonstrou uma proposta mais inovadora e diferenciada, recebeu uma nota significativamente inferior, prejudicando a avaliação comparativa entre as duas campanhas.

i) Quesito "Ideia Criativa", subitem "originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta" da campanha "L – Programas para a Vida Melhorar"

Verifica-se que a campanha "L – Programas para a Vida Melhorar" recebeu a nota 3 no subitem "originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta", significativamente superior à nota 1 atribuída à campanha "A – Minas no Rumo Certo", pelo membro da Subcomissão Leandro Grôppo. No entanto, falta à campanha L inovação nas peças apresentadas.

O slogan ***"Programas para a vida melhorar"*** e as peças associadas são excessivamente simples e genéricas, seguindo um padrão de comunicação governamental já estabelecido. A utilização de imagens de pessoas em situações comuns, como segurando carteiras de trabalho ou retratadas em momentos distintos, não traz nenhuma novidade criativa e se alinha com o que já é feito por diversos governos, carecendo de originalidade.

Assim, outra vez resta demonstrada a inconsistência do Avaliador na atribuição das notas para este quesito, utilizando-se de forma aleatória do termo criatividade, sem nenhuma lógica ou congruência.

Observa-se, assim, que esse critério foi utilizado de forma equivocada para penalizar algumas campanhas, incluindo a da Recorrente, enquanto outras, que seguiram a mesma estrutura, foram avaliadas mais

favoravelmente. No caso da campanha A, o conceito de "mais do mesmo" foi atribuído à utilização de fotos bem-produzidas de pessoas da população interagindo diretamente com os benefícios ou utilizando os programas sociais, acompanhadas por um slogan e uma chamada para conhecer os demais programas.

É importante notar que essa mesma estrutura foi replicada em diversas outras propostas, que receberam pontuações mais altas, mesmo sem apresentar melhorias significativas na qualidade técnica. Em alguns casos, os resultados foram até inferiores, o que reforça a inconsistência na aplicação do critério de originalidade durante o processo de avaliação.

Diante desses pontos, é inafastável a conclusão de que a campanha "Minas no Rumo Certo" merece uma reavaliação justa de sua nota no quesito "Ideia Criativa". A avaliação atual reflete uma subjetividade incompatível com o espírito do edital e desconsidera aspectos cruciais da comunicação pública. Uma nova análise, orientada pelos critérios técnicos previstos e pelo equilíbrio entre inovação e eficácia, poderá corrigir essa distorção e garantir que a nota atribuída seja condizente com a qualidade e adequação da campanha ao objetivo proposto.

V – NÃO OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL

Conforme entendimento pacífico da doutrina e da jurisprudência, a Administração deve pautar-se unicamente no Edital para proferir o seu julgamento, a ser devidamente motivado.

No caso concreto, restou evidenciado que o julgamento das propostas técnicas da ora Recorrente e das demais interessadas acima confrontadas diverge dos requisitos presentes no Edital, seja porque as notas atribuídas à proposta da Recorrente estão aquém das devidas, seja porque as notas às

favoravelmente. No caso da campanha A, o conceito de "mais do mesmo" foi atribuído à utilização de fotos bem-produzidas de pessoas da população interagindo diretamente com os benefícios ou utilizando os programas sociais, acompanhadas por um slogan e uma chamada para conhecer os demais programas.

É importante notar que essa mesma estrutura foi replicada em diversas outras propostas, que receberam pontuações mais altas, mesmo sem apresentar melhorias significativas na qualidade técnica. Em alguns casos, os resultados foram até inferiores, o que reforça a inconsistência na aplicação do critério de originalidade durante o processo de avaliação.

Diante desses pontos, é inafastável a conclusão de que a campanha "Minas no Rumo Certo" merece uma reavaliação justa de sua nota no quesito "Ideia Criativa". A avaliação atual reflete uma subjetividade incompatível com o espírito do edital e desconsidera aspectos cruciais da comunicação pública. Uma nova análise, orientada pelos critérios técnicos previstos e pelo equilíbrio entre inovação e eficácia, poderá corrigir essa distorção e garantir que a nota atribuída seja condizente com a qualidade e adequação da campanha ao objetivo proposto.

V – NÃO OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL

Conforme entendimento pacífico da doutrina e da jurisprudência, a Administração deve pautar-se unicamente no Edital para proferir o seu julgamento, a ser devidamente motivado.

No caso concreto, restou evidenciado que o julgamento das propostas técnicas da ora Recorrente e das demais interessadas acima confrontadas diverge dos requisitos presentes no Edital, seja porque as notas atribuídas à proposta da Recorrente estão aquém das devidas, seja porque as notas às

demais concorrentes confrontadas encontram-se despregadas dos critérios fixados no Edital.

Tal fato evidencia ausência de amparo suficiente em justificativas técnicas por parte da Comissão Licitante, refletindo a adoção de critério desproporcional entre as avaliações realizadas, acarretando evidente prejuízo ao Recorrente e à competitividade do certame, com consequente prejuízo à obtenção da proposta mais tecnicamente vantajosa pela Administração.

Conforme entendimento recorrente do Tribunal de Contas da União, em licitações do tipo técnica e preço com preponderância da proposta técnica, os fatores de ponderação entre técnica e preço e os critérios de julgamento devem ser expressamente fundamentados, a fim de evidenciar sua razoabilidade e demonstrar que não representam privilégio em decorrência de diferenças técnicas não substanciais (Acórdão 508/2018 – Plenário).

A não apresentação de critérios claros para a gradação das notas de cada quesito técnico, aliado à motivação claramente justificada, confere um elevado grau de subjetividade à avaliação dos julgadores, ferindo um dos princípios basilares da licitação que é o do julgamento objetivo, vez que materializadas em atribuições de notas sem fundamento, e diminuindo injustamente a pontuação final de do Recorrente.

Nesse sentido, cite-se à título ilustrativo, breve excerto do Acórdão 2253/2014- Plenário TCU):

Representação formulada por sociedade empresária apontara possíveis irregularidades em concorrência, do tipo técnica e preço, promovida pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), tendo por objeto a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de informática. Em síntese, a representante alegara inobservância aos critérios de avaliação das propostas técnicas e ausência de fundamentação no julgamento dessas propostas. Determinada

a suspensão cautelar do certame e promovidas as oitivas regimentais, o relator, em sintonia com a unidade técnica, ressaltou que os responsáveis não conseguiram elidir o ponto central dos fatos representados, que seria demonstrar a objetividade dos critérios de julgamento das propostas técnicas dos licitantes. Destacou que "não restou claro no edital ou nas demais peças que compõem os autos da contratação, qual seria a metodologia e os critérios objetivos a serem utilizados para a gradação da pontuação de dois dos três quesitos pontuáveis no caso de atendimento parcial". Além disso, em situação idêntica entre a empresa representante e a empresa considerada vencedora da licitação, relativamente à avaliação de um dos quesitos de pontuação técnica, "a primeira teve pontuação do quesito menor que a última, sem qualquer justificativa para essa disparidade". Assim, o relator concluiu que permanecia injustificada "a falha atinente à inexistência, no edital do certame, do detalhamento dos critérios de julgamento das propostas técnicas no edital, em ofensa aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo previstos no art. 2º do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae, além de violação ao art. 8º, § 2º, do referido regulamento, bem como à jurisprudência do TCU".

Assim, e considerando que **os esclarecimentos prestados pela Administração ao longo do certame licitatório possuem natureza vinculante**, não sendo possível admitir, quando da análise das propostas, interpretação subjetiva de critérios técnicos fixados no Edital, sob pena de violação ao instrumento convocatório, **a reavaliação das notas aplicadas se impõe no presente certame.**

VI – CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto, requer-se o recebimento do presente recurso para o fim de **promover a reavaliação e revisão das notas aplicadas pelos ilustres membros da Comissão Especial de Licitações, com o provimento final voltado à majoração da pontuação média final atribuída à Recorrente**, com base nos fundamentos apresentados.

Caso não seja a decisão recorrida reconsiderada, seja o presente recurso administrativo encaminhado à autoridade superior, a fim de que seja dado provimento ao mesmo, pelas razões que embasam o presente recurso.

Termos em que, pede provimento.

Brasília, 19 de agosto de 2024

Marcia Pelegrini
OAB/SP 91.342



Documento assinado digitalmente
MARCIA PELEGRINI
Data: 19/08/2024 12:39:12-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

LUANA CAROLINE
ANDRADE
COSTA:10362934673

Assinado de forma digital por
LUANA CAROLINE ANDRADE
COSTA:10362934673
Dados: 2024.08.19 12:44:08 -03'00'

Luana Caroline Andrade Costa
OAB/MG 164.094