

À

**CÂMARA MUNICIPAL DE FORMIGA**

At.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO 07/2022 – TOMADA DE PREÇOS 02/2022

**VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no CNPJ nº 05.432.160/0001-23, com sede na Rua Aparecida nº 710, Centro, Guaxupé / MG, neste ato representada por seu representante legal, Rogério Faria, vem respeitosamente, perante Vossa Senhoria, apresentar suas

**CONTRARRAZÕES,**

ao **Recurso Administrativo** interposto pela licitante **P&L Publicidade e Propaganda**, contra decisão administrativa que tornou pública a classificação das licitantes na fase da Proposta Técnica relativa à Tomada de Preços nº 02/2022, cujo objeto é a contratação de uma agência de publicidade e propaganda, e o faz pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

**I – DA IRRESIGNAÇÃO DA RECORRENTE**

A Recorrente P&L Publicidade e Propaganda insurge-se contra o resultado das Propostas Técnicas, no qual a mesma restou classificada em segundo lugar.

Alega a referida Recorrente que a Subcomissão Técnica não julgou corretamente as Propostas Técnicas apresentadas por ela em determinados quesitos e que seus pontos deveriam ser majorados.

Importante notar que a Recorrente não apresenta argumentos sólidos que possam alterar as notas concedidas pela Subcomissão Técnica, entretanto, tenta a todo custo, mas sem embasamento legal, desqualificar não só o trabalho da Subcomissão, mas também da CPL, ou seja, todo um organismo

alicerçado via do competente planejamento, da devida organização, da efetiva direção e controle do procedimento licitatório contido no Edital, cuja construção encontra-se embasada nas regras legais atinentes à espécie.

Ademais, conforme será demonstrado oportunamente nestas Contrarrazões, **eventual alteração da nota da Proposta Técnica em momento posterior a identificação do Invólucro nº 1 geraria uma situação de novo julgamento com conhecimento de Autoria dos Planos de Comunicação, em afrontoso descumprimento à sistemática que originou o critério de julgamento da Lei 12.232/10** adotado de forma análoga na presente licitação, o que resultaria na aplicação do art. 12 da Lei 12.232/10.

## **II – DA CONFORMIDADE DO JULGAMENTO COM AS REGRAS EDITALÍCIAS E LEGAIS**

O conteúdo da Ata de Julgamento das Propostas Técnicas, demonstra que os Membros da Subcomissão Técnica cumpriram objetivamente todos os requisitos previstos no Edital.

Ao tornar público o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação asseverou a valência técnica dos profissionais membros da Subcomissão Técnica presentes no julgamento abalizado, isonômico e consistente por eles executado.

Da Ata de Julgamento constam as planilhas com as pontuações concedidas pelos Membros da Subcomissão Técnica com fundamento na análise das Propostas Técnicas, de forma objetiva e consoante com os critérios pré-definidos no item 12 do Edital, conforme abaixo transcrito:

### **“12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

*12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.*

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

**12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

**12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;*
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;*
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.*

**12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;*
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;*
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;*
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;*
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.*

**12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa**

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;*
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;*
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;*
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;*

*f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;*

*g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.*

#### **12.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

*a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as*

*características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*

*b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;*

*c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;*

*d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;*

*e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.*

#### **12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

*a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;*

*b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;*

*c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;*

*d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;*

*e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.*

\*

\*

\*

### **12.2.3 Quesito 3 - Repertório**

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;*
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;*
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.*

### **12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;*
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;*
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;*
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.*

Cada um desses critérios, presentes nos quesitos e subquesitos foram exaustivamente observados quando do julgamento pelos membros da Subcomissão Técnica, conforme se vê da Ata de Reunião da Subcomissão Técnica, período no qual foram aplicadas a devida valoração individual e após conjunta, tendo como justificativas as razões constantes das alíneas respectivas, em estrito cumprimento objetivo previsto no Edital, sob os comandos destinados aos membros da Subcomissão Técnica.

Neste sentido, colhe-se da Ata e Julgamento:

\*  
\*  
\*  
\*  
\*  
\*

## JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS INVÓLUCRO III

No dia 16 de dezembro de 2022, reuniu-se a Subcomissão Técnica da Licitação 007-2022, nomeada pela portaria 68/2022, de 26 de outubro de 2022, ao final assinados, no intuito de proceder o recolhimento dos formulários individuais que pontuam a avaliação técnica quanto à capacidade de atendimento, repertório, e relatos de soluções de problemas de comunicação (invólucro III), apresentado pelo licitante. Ressaltamos que o método de avaliação foi individual e que cada membro pôde pontuar todos os itens apresentados, em formulário próprio do Processo Licitatório 007/2022. Todos os autores das pontuações individuais também descreveram as justificativas de suas pontuações (vide anexos). Sem mais, enviamos os formulários e respectivas justificativas, assinados pelos autores, colocando-nos à disposição para possíveis ou necessários esclarecimentos diante deste processo licitatório.

**Cada nota dos membros, portanto, está devidamente justificada, pois restou estritamente vinculada aos parâmetros preestabelecidos pelo Edital para os respectivos itens passíveis de avaliação, que compõe cada critério.**

As notas concedidas para cada proposta foram calculadas e, conforme estabelecido, foi aplicada a média aritmética, somando-se todas e dividindo-se pelo número de membros da Subcomissão Técnica, **sendo o resultado dessa operação a nota conferida a cada licitante.**

Portanto, as razões e os fundamentos que nortearam as pontuações somente poderiam ser aquelas estabelecidas no Edital, pois a ele estavam estritamente vinculadas em função dos parâmetros preestabelecidos, não cabendo aos membros da Subcomissão Técnica inovar em tal preceito, sob pena de subverter os comandos do Edital e assim, colocá-lo em dúvida.

**Assim, não merecem acolhimento os pedidos da Recorrente, pois a avaliação dos membros da Subcomissão Técnica não se restringem apenas à análise do cumprimento das regras editalícias, mas também, e talvez a mais importante, haja vista o caráter técnico de seu mister, é a**

**análise da técnica disponibilizada pelos licitantes aos desafios do briefing, nos quais a Subcomissão aplica os pontos conforme seu entendimento, o qual é soberano.**

Isso joga por terra as alegações tecidas pela Recorrente:

## **REPERTÓRIO**

Não foi julgado apenas a apresentação de todos os itens determinados no Edital, nem também, o cumprimento das condições editalícias, mas principalmente a análise da compatibilidade entre o texto de defesa apresentado e o que foi pedido no Edital:

*“a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;*

*b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;*

*c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.”*

Destarte, a perda dos 0,67 pontos se deu por quanto da falta de plenitude de cumprimento aos que foi pedido nos subquesitos acima, constantes do Repertório, tendo-se em vista que por mais objetivo que venha a ser o julgamento implementado pela Subcomissão Técnica, ele não de não deixa de ter a subjetividade própria de cada membro autor das avaliações.

No caso das avaliadoras Denise e Naiara houveram por bem conceder 8 pontos ao Repertório da Recorrente, assim defendendo sua pontuação respectivamente:

\*

\*

\*

\*

\*

REPERTÓRIO - 8 PONTOS

A agência se propõe a resolver as demandas dos clientes. As peças publicitárias apresentadas possuem qualidade, porém algumas não possuem clareza na apresentação das ideias.

REPERTÓRIO - 8 PONTOS

A agência se propõe a resolver os problemas apresentados pelos clientes, porém a qualidade de execução e acabamento das peças apresentadas não mostram clareza, apresentam letras grandes e artes poluídas.

A Recorrente se ergue contra a colocação da julgadora Naiara, que entendeu que as peças da P&L apresentar artes “poluídas”. Ora, os julgamentos dos membros da Subcomissão Técnica são soberanos, não cabendo às agências agir como se julgadores fossem. Até entendemos que “o filho feio ao pai se mostra bonito”, mas não cabe aqui tal aplicação.

**Resta, desta forma, plenamente justificada a redução dos 0,67 pontos feita pela Subcomissão Técnica e que foi atacada indevidamente pela Recorrente.**

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A Recorrente alega que a Subcomissão Técnica não julgou sua proposta de forma justa e objetiva, conforme determina o edital, mais uma vez tenta de forma vã, deturpar o correto e bem entendimento das julgadoras.

Vejam os que diz o Edital quanto aos sub quesitos que foram objeto de julgamento por parte da Subcomissão Técnica:

“12.2.4. *Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação*

a) *a evidência de planejamento publicitário;*

- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.”

Ao analisarem os subquestos acima, na Proposta apresentada pela Recorrente, as julgadoras Luciene, Denise e Naiara, entenderam por bem não conceder nota máxima ao quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, haja vista deficiências técnicas apontadas por elas, respectivamente:

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 11 PONTOS**  
O planejamento publicitário fez a diferença na apresentação, assim como mostrou na relevância dos fatos apresentados nas pesquisas e ganho na entrega do conteúdo ao público alvo.  
O que deixou um pouco a desejar foi a harmonização das ideias entre si, de algumas peças apresentadas.

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 10 PONTOS**  
O planejamento e as ações publicitárias foram interessantes no primeiro caso apresentado. Já no segundo, os dados e resultados apresentados não foram tão relevantes.

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 11 PONTOS**  
A agência soube criar estratégias de acordo com os problemas do cliente e obteve resultados positivos nas campanhas criadas. E soube usar o planejamento publicitário. Dividiu bem as mídias na primeira campanha já na segunda houve uma movimentação mais forte com resultados importantes.

**Pelas justificativas acima, resta plenamente justificada a perda de 1,34 ponto uma vez que as julgadoras Luciene e Naiara retiram 1 ponto do total de pontos pela falta de harmonização entre as peças, e, falta de resultados impactantes; enquanto a julgadora Denise retirou 2 pontos, tendo em vista que os dados e resultados apresentados pela licitante Recorrente foram de pouca relevância no contexto geral dos Relatos.**

Finalmente, verifica-se no julgamento feito pela Subcomissão Técnica, a observância dos princípios da igualdade e do julgamento objetivo, consagrando-se assim, a fiel observância à principal normativa do procedimento licitatório.

Nesta esteira, podemos afirmar com certeza que os critérios de pontuação praticados pela Subcomissão Técnica obedeceram aos princípios da razoabilidade, da proporcionalidade, **da vinculação ao instrumento convocatório**, bem como atendeu às exigências editalícias para o julgamento das Propostas Técnicas, o qual deve ser mantido integralmente.

### **III – DA EXCELÊNCIA DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA QUANTO AO JULGAMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO**

A Subcomissão Técnica observou plenamente as exigências legais do procedimento licitatório, focada a todo momento na finalidade do processo, evitando o culto da forma como se ela fosse um fim em si mesma, atuando de maneira formal, mas sem ser formalista, e não sobrepondo os meios aos fins.

Os julgamentos expostos pelos Membros da Subcomissão Técnica, no documento relativo às sessões dos dias 7, 9 e 16 de dezembro de 2022 e que faz parte dos autos do procedimento licitatório, refletem claramente seu específico conhecimento técnico e experiência.

**Há, ainda, que admitirmos que os aspectos do Plano de Comunicação Publicitária são em sua essência subjetivos, e assim foram tratados, discutidos de forma individualizada e ao final conjuntamente e**

**finalmente expressos nas planilhas, conforme determinam os termos contidos no Edital, as quais todas as Licitantes estavam cientes e aquiesceram, quando de sua participação no mesmo.**

O Plano de Comunicação de uma campanha publicitária (hipotética como a do certame) materializa-se por meio de produtos de veiculação/comunicação, que exteriorizam, em suma, uma ação criativa a qual atinge e sensibiliza os seus públicos (no caso, os membros da Subcomissão Técnica), de forma positiva ou negativa quando da aplicação das respectivas notas, as quais foram concedidas seguindo os regramentos ditados no Edital, observando-se a proporcionalidade de determinado quesito quanto ao cumprimento de todos os aspectos relativos ao mesmo, e, em comparação com os trabalhos das outras licitantes.

Dessa forma - ressaltando-se mais uma vez - a Subcomissão Técnica foi primorosa no julgamento das propostas técnicas de todas as licitantes, com base rigorosa nos critérios de avaliação estabelecidos pelo edital, bastando que se faça o cotejo com as disposições e determinações dos critérios de pontuação e classificação do Conjunto de Informações e do Plano de Comunicação estabelecidos nos subitens 12.2.1 a 12.2.4 do Edital, para se constatar que a pontuação aplicada a cada licitante está devidamente fundamentada e implicitamente motivada.

Também, não há o que se falar em ausência de fundamentos, pois estes compuseram intimamente a avaliação de todas as proponentes, nas planilhas contendo as pontuações, produzidas quando da discussão dos quesitos e subquesitos entre os Membros.

E mais, a Subcomissão Técnica valeu-se de aspectos objetivos presentes no Edital (subitens 12.2.1 a 12.2.4) para determinar os critérios que foram avaliados, aplicando-se a pontuação respectiva aos planos de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação analisados.

\*

\*

\*

**Insta ressaltar que citada Subcomissão manteve postura estritamente técnica, levando em consideração questões importantes como a imparcialidade, a isonomia, a razoabilidade e o bom senso visando encontrar a proposta mais vantajosa para a Câmara Municipal de Formiga.**

Diante de todo o exposto, justifica-se a aplicação das notas atribuídas a cada um dos licitantes, eis que os membros da Subcomissão Técnica, de forma individualizada, analisaram e julgaram, atribuindo notas aos seus quesitos, conforme critérios expressamente definidos no edital, estando cada nota, portanto, justificada e vinculada aos parâmetros preestabelecidos para os respectivos itens/quesitos avaliados.

#### **IV – DOS JULGAMENTOS DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

##### **Da Visualize**

A Recorrente tece diversas alegações que a seu entendimento deveriam aumentar as suas notas e reduzir as da ora peticionária, entretanto, sem razão, como veremos a seguir.

Os apontamentos feitos pela licitante Recorrente são apenas uma avaliação particular, com critérios próprios, buscando desqualificar o trabalho da Visualize e o julgamento da Subcomissão Técnica, levantando falsas interpretações do que a Proposta realmente apresenta.

Além do que a avaliação da Proposta Técnica já foi devidamente realizada por quem a compete, e as notas atribuídas à Proposta da Visualize já trazem as devidas considerações e eventuais descontos como devidamente apresentado na Planilha de Julgamento das Proposta Técnicas.

Ressaltamos que, levando em consideração que as notas concedidas pelos membros da Subcomissão Técnica se pautaram nos critérios estabelecidos no edital, não há o que se alterar, não se prestando o recurso a explicar os meandros das Propostas apresentadas, sendo certo que a Subcomissão sempre se pautou no que constou das Propostas e não em novas explicações ora trazidas pela licitante Recorrente.

## **Raciocínio Básico**

Verifica-se que a licitante Recorrente pretende todo um novo julgamento de sua Proposta. O Recurso Administrativo, nessa fase, não se presta a tal finalidade, não havendo a apresentação de qualquer argumento novo, de algo que não tenha sido percebido pela Subcomissão Técnica à época dos julgamentos.

A Recorrente insurge-se pelo fato de ter recebido menos pontos que a Visualize: ela recebeu a nota 17,66 neste quesito enquanto a Visualize recebeu a pontuação 18, ou seja não se conforma com 0,34 pontos a menos.

Ela ainda questiona: *Onde na proposta da Visualize estão as respostas para os itens relacionados a seguir, do raciocínio Básico?*

Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da CONTRATANTE nos contextos social, político e econômico;*
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;*
- c) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;*
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;*
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela CONTRATANTE;*
- f) das necessidades de comunicação da CONTRATANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).*

Ora, os textos que atenderam aos subquesitos do Raciocínio Básico foram apresentados pela Visualize às fls 1 a 4 do Raciocínio Básico, e como tal foram devidamente analisados, ponderados e pontuados pelos membros da Subcomissão Técnica, a qual possui autoridade e competência para tanto.

## **Estratégia de Comunicação Publicitária**

Já na Estratégia de Comunicação Publicitária, de acordo com a análise da Subcomissão técnica, a recorrente recebeu a nota 12,66 neste quesito enquanto a Visualize a pontuação 14,66, ou seja, a diferença de 2 pontos. Entretanto razão não lhe assiste, como será demonstrado a seguir.

A Recorrente questiona onde na proposta da licitante Visualize, estão as respostas para os itens relacionados da Estratégia de Comunicação?

Simple a Resposta, as respostas estão dentro dos textos de folhas 5, 6 e 7 do Plano de Comunicação, de onde as julgadoras aferiram as devidas correspondências destes com as alíneas “a” a “f” do subitem 12.2.1.2 do Edital.

A Recorrente apela quanto à sua redução de pontos, mas nada comprova para uma possível majoração. Limita-se a resmungar.

## **Ideia Criativa**

Neste tópico, a Recorrente ataca veementemente os membros da Subcomissão Técnica, chegando a desmerecer todo o trabalho e dedicação que suas componentes tiveram para desempenhar a função pública não onerosa em favor da Câmara.

Com essa acusação gratuita, a recorrente apresenta justificativas subjetivas por não concordar com o resultado da avaliação das Propostas Técnicas. No entanto, temos certeza de que a Subcomissão Técnica seguiu com clareza e transparência todos os quesitos do edital.

Evidencia-se, pelas alegações da Recorrente, afronta à autonomia da Subcomissão Técnica na análise por ela realizada.

Diversos tem sido os julgamentos que entendem que o julgamento de propostas técnicas ligadas à publicidade não se atém unicamente ao caráter

objetivo contido no Edital, mas sim que são permeadas pelo caráter da subjetividade inerente à atividade julgadora.

A despeito do Edital delimitar e detalhar os critérios de avaliação, sendo um norte importante (e necessário) para subsidiar a Subcomissão Técnica, é inegável que ainda resta um elevado grau de subjetividade no julgamento, especialmente quando da apreciação do Plano de comunicação publicitária, responsável por 65 dos 100 pontos possíveis de se alcançar.

Há várias soluções possíveis para o problema de comunicação delimitado, igualmente válidas. A criatividade, um dos elementos centrais a ser analisado, é impossível de ser parametrizada. E a valoração também se dá na comparação entre as propostas apresentadas, trazendo mais um elemento de discricionariedade ao julgamento.

É o que foi feito pelos membros da Subcomissão Técnica, que além de possuírem capacidade para o devido julgamento, possuem liberdade de expressarem seus entendimentos e tendências dentro do que dita o edital.

E assim foi feito, sendo que a Subcomissão atentou integralmente ao contido nas dez alíneas que compõe o subitem 12.2.1.3 do Edital:

*“a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da CONTRATANTE;*

*b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;*

*c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;*

*d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;*

*e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;*

*f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;*

*g) sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;*

*h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;*

- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.”

### **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

Mais uma vez, a licitante pretende a revisão do julgamento com base nas justificativas já colocadas pela Subcomissão Técnica por ocasião do julgamento.

A Recorrente não se conforma com o julgamento aviado pelos membros da Subcomissão Técnica e tenta a todo custo subvertê-las, mas em vão.

Tenta a Recorrente balizar um defesa de que viabilizou um planejamento de mídia eficiente para atingir a população de Formiga, porém, não foi esse o entendimento da Subcomissão Técnica, como se vê dos pontos do julgamento que ora trazemos, respectivamente julgadoras Luciene, Naiara e Denise:

#### **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - 8 PONTOS**

terando em consideração que a agência propôs uma campanha de 30 dias não foram atendidos os requisitos pertinência e a economicidade da aplicação de mídias de não mídia, tendo em vista que propôs grande quantidade de peças gráficas para um elite pequeno.

#### **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - 8 PONTOS**

A agência distribuiu as mídias para vários segmentos alguns serão bem usados e outros como folders, cartaz e cartilhas, além do auto vale para fabricação ainda terá o custo da distribuição, e não é o melhor meio de atingir o público.

#### ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - 8 PONTOS

A agência demonstra conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público alvo, porém do ponto de vista da economicidade da aplicação da verba de mídia, os gastos com cartilhas, folders e cartazes são exacerbados.

Ao avaliar as Justificativas da Subcomissão Técnica, utilizadas na Estratégia de Mídia não Mídia, percebe-se que a Subcomissão foi atenta aos detalhes e pondera em suas justificativas o cumprimento e a adequação das Propostas aos respectivos critérios previstos no subquesitos do Edital em comento.

Pelo exposto, resta evidente que a licitante Recorrente teve sua Estratégia de Mídia e Não Mídia devidamente analisada, pelo que de forma motivada, teve seus pontos reduzidos de forma criteriosa e técnica, conforme determina o Edital.

#### **Sobre a Estratégia de Mídia e Não Mídia - Inexequibilidade**

A licitante Recorrente busca atacar a Subcomissão Técnica da Câmara Municipal de Formiga, alegando que os julgadores não se ativeram ao instrumento convocatório, alegando a decisão dos membros foi totalmente equivocado e que feriu o edital e a legislação.

Tal procedimento é danoso a todas as partes envolvidas, bem como quanto ao interesse público, pois afeta a legitimidade dos julgadores e sua honra, mesmo que em um julgamento interno como esse.

As julgadoras são experts no assunto publicidade, e de fato somente se dispuseram a efetuar o julgamento, em prol do bem público, pois nenhuma remuneração para tanto, receberam. Portanto, não merecem tal aviltamento em suas condutas.

Pelo que foi demonstrado nas Planilhas de Julgamento, denota-se o total cuidado e adequação com que os membros da Subcomissão Técnica empreenderam suas tarefas, primando pela devida observância das regras editalícias, do que estava disposto no briefing e na exímia habilidade em absorver o que constava das Propostas apresentadas.

A Recorrente alega que na Página 33 do Plano de Comunicação, resta claro que há erros insanáveis na proposta da Visualize Assessoria de Comunicação LTDA. Ledo engano.

O que ocorreu foi apenas um equívoco quando da digitação no nome, não interferindo nos conteúdos descritivos das peças que se apresentam específicos, como visto abaixo:

NÃO MÍDIA		
PEÇA	DESCRIÇÃO	QU
<b>CARTILHAS PARA ESTUDANDES - 4º A 7º ANOS</b>	<b>IMPRESSÃO:</b> Impressão de folders, 15x45cm (formato aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 210g. Quantidade baseada em dados do IBGE. <b>DISTRIBUIÇÃO:</b> esse material integra o Programa "Legislativo nas Escolas" que prevê visitas e palestras dos vereadores nas escolas públicas e particulares. O material produzido será distribuído nessas visitas e portanto não haverá custo de distribuição.	
<b>FOLDERS PARA ESTUDANDES - 8º ANO A 3º COLEGIAL</b>	<b>IMPRESSÃO:</b> Impressão de folders, formato A4 (aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 115g. Quantidade baseada em dados do IBGE. <b>DISTRIBUIÇÃO:</b> esse material integra o Programa "Legislativo nas Escolas" que prevê visitas e palestras dos vereadores nas escolas públicas e particulares. O material produzido será distribuído nessas visitas e portanto não haverá custo de distribuição.	

No Quadro Resumo, as descrições não constam o erro de digitação do nome da peça:

CARTILHA		
DESCRIÇÃO	QTDE	PRODUÇÃO DISTRIBUIÇÃO
Cartilha, 15x45cm (aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 210g	3.400	R\$ 2.102,00
DISTRIBUIÇÃO será realizada através do Programa Legislativo nas Escolas	3.400	R\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>R\$ 2.102,00</b>
FOLDERS		
DESCRIÇÃO	QTDE	PRODUÇÃO DISTRIBUIÇÃO
Folders, 20x30cm (aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 115g	4.300	R\$ 1.642,00
DISTRIBUIÇÃO será realizada através do Programa Legislativo nas escolas	4.300	R\$ 0,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>R\$ 1.642,00</b>
REVISTAS		

Alega ainda a Recorrente que a Visualize relacionou o valor unitário a ser pago pela produção de revistas em formato A4 fechado com 8 páginas, em policromia, com capa de couchê 150g e miolo com couchê 90g. E que tal peça de mídia impressa jamais teria o custo unitário de R\$ 0,64, o que tornaria a Estratégia de Não Mídia da Visualize inexecutável.

Nada de inexecutável na prática citada, muito pelo contrário ela se mostra bastante executável, além de se comprovar dentro da busca economicidade.

Para tanto, apresentamos abaixo o orçamento que tomamos como base e que deu origem à nossa defesa:

\*  
\*  
\*  
\*  
\*  
\*  
\*



**Grafica  
PALLOS**

**ORÇAMENTO VISUALIZE**

- 3.400 Cartilhas, 15x45cm (aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 210g.... R\$ 2.102,05
- 4.300 Folders, 20x30cm (aberto), duas dobras, 4x4 cores, couchê 115g.... R\$ 1.642,00
- 50.000 Revistas, 20x30 (fechado) 08 páginas, 4x4 cores, capa couchê 150g e miolo couchê 90g.... R\$ 32.225,00

Data da proposta: 23/11/2022

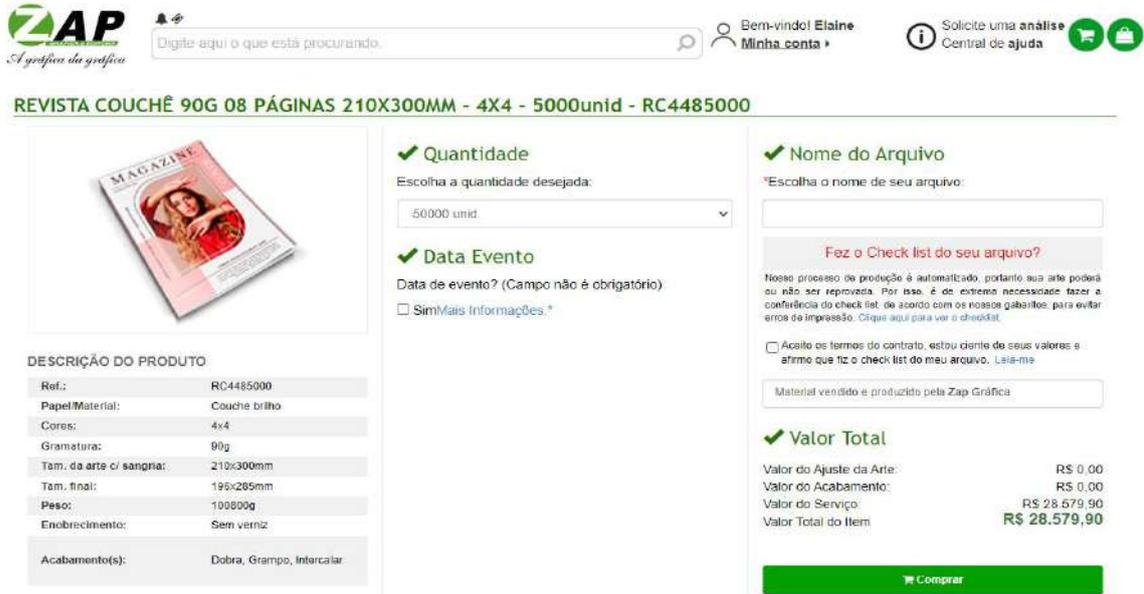
 **35 3551.4054**

 **35 98862.6514 | 98861.4095**

 **contato@graficapallos.com.br**

  **Gráfica Pallos Guaxupé**

A título de confirmação, anexamos um orçamento atual, feito em uma gráfica online conceituada, a ZAP (possui qualidade para atender a demanda). O orçamento veio até abaixo do valor proposto: R\$ 28.579,90.



**REVISTA COUCHÊ 90G 08 PÁGINAS 210X300MM - 4X4 - 5000unid - RC4485000**

**Quantidade**  
Escolha a quantidade desejada:  
50000 unid

**Data Evento**  
Data de evento? (Campo não é obrigatório)  
 Sim/Mais Informações.\*

**Nome do Arquivo**  
\*Escolha o nome de seu arquivo:  
[Campo em branco]

**Fez o Check list do seu arquivo?**  
Nosso processo de produção é automatizado, portanto sua arte poderá ou não ser reprozada. Por isso, é de extrema necessidade fazer a conferência do check list de acordo com os nossos gabaritos, para evitar erros de impressão. Clique aqui para ver o checklist.  
 Aceito os termos do contrato, estou ciente de seus valores e afirmo que fiz o check list do meu arquivo. Leia-me

Material vendido e produzido pela Zap Gráfica

**Valor Total**  
Valor do Ajuste da Arte: R\$ 0,00  
Valor do Acabamento: R\$ 0,00  
Valor do Serviço: R\$ 28.579,90  
Valor Total do Item: **R\$ 28.579,90**

**DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

Ref.:	RC4485000
Papel/Material:	Couche brilho
Cores:	4x4
Gramatura:	90g
Tam. da arte c/ sangria:	210x300mm
Tam. final:	196x285mm
Peso:	100000g
Enobrecimento:	Sem verniz
Acabamento(s):	Dobra, Grampo, Intercalar

**Comprar**

Este orçamento pode ser comprovado online através do link abaixo (é preciso criar login com CNPJ para visualizar o orçamento):

<https://www.zapgrafica.com.br/loja/servico/compra/revista/couche-90g/08-paginas/210x300mm/4X4-5000unid-RC4485000>

Há de se destacar que orçamentos gráficos geralmente apresentam muita disparidade entre uma gráfica e outra, a exemplo dos próprios exemplos que a P&L anexou em seu Recurso: apresentam diferença de R\$ 51.200,00 entre um e o outro:

 <p>CNPJ: 06.209.222/0001-27 — Inscrição Estadual: 492.539289.0043</p> <p><b>Nova Serrana, 13 de janeiro de 2023</b></p> <p><b>Orçamento</b></p> <p>Cliente: Câmara Formiga</p> <p>50.000 unid. Revista A4 Fechado- 8 páginas- 4x4 cores- capa couche 150- miolo 90g ----- <b>R\$ 51.800,00</b></p>	 <p>CNPJ: 10.715.253/0001-03</p> <p>Itauna, 12 de janeiro de 2022</p> <p>A/C Larissa – Agencia Original ,</p> <p>30.000 revistas, capa 4x4 cores, no papel couche 150 grs, miolo com 8 paginas 4x4 cores no papel couche 90 grs, com grampo a cavalo. <b>R\$103.000,00</b></p>
--	--

Pelo exposto, não há que se falar em desclassificação da Visualize, uma vez que perfeitamente demonstrada e exequibilidade de sua Proposta, além do que, a licitação não é um fim em si mesmo, tendo em vista que o procedimento licitatório, embora de natureza formal, deve transcender ao burocratismo exacerbado e inútil, até mesmo porque o procedimento deve estar voltado para a eficácia da máquina administrativa e orientado pelos princípios norteadores.

Os itens apresentados não caracterizam nenhuma infração ao edital, muito pelo contrário, configuram sua fiel observância pela Visualize.

Trata-se apenas de um julgamento particular feito pela licitante Recorrente, mas sem fundamento para que seu deferimento prospere, pois não encontram razões suficientes para que sejam sustentados.

Há uma busca exacerbada por eventuais equívocos que a licitante Visualize pudesse ter apresentado em sua Proposta, tornando o recurso um documento onde a licitante Recorrente expressa sua opinião sem a devida fundamentação que justifique seu pedido de desclassificação da licitante Visualize.

O Tribunal de Contas da União – TCU posiciona-se veementemente contra o excesso de formalismo.

Nesse sentido, por meio do Acórdão no 342/2017 – 1ª Câmara, oriundo de representação que foi considerada prejudicada por perda de objeto em face da revogação da Tomada de Preços, foi dada ciência ao município de Itaetê/BA de que:

*[...] em razão da jurisprudência consolidada do TCU (Acórdãos 1.791/2006 e 1.734/2009-Plenário, entre outros), configura formalismo excessivo a desclassificação de empresa participante de certame licitatório em decorrência de mero erro material no preenchimento de anexo, desde que seja possível aferir a informação prestada, sem prejudicar o andamento da sessão, situação ocorrida no julgamento das propostas das empresas na Tomada de Preços [...]. 2*

Salienta-se também que, quando há situações nesse sentido, o TCU costuma orientar os gestores a interpretar o edital sob a perspectiva da proporcionalidade e da razoabilidade, a fim de possibilitar o maior número possível de concorrentes:

*1TCU. Processo TC no 008.284/2005-9. Acórdão no 2003/2011– Plenário. Relator: ministro Augusto Nardes.*

*2TCU. Processo TC no 032.051/2016-6. Acórdão no 342/2017 – 1a Câmara. Relator: ministro Augusto Sherman.*

## **Da P&L**

A Recorrente alega que sua defesa de mídia deveria ser mais bem pontuada, uma vez que existe uma distância das propostas das licitantes pode ser facilmente verificada com simples comparação de utilização da verba proposta pelo edital e a relação dos veículos contratados.

Tal fato não retrata a realidade, pois temos que a Visualize, cumpriu com todas as exigências propostas no Briefing e utilizando estratégias assertivas para atingir todo o público-alvo citado: “O público-alvo da campanha será o cidadão formiguense, moradores da zona urbana e rural, que abrangerá: leitores de jornais, ouvintes de rádios, transeuntes das principais avenidas do município, telespectadores e internautas, sempre com foco em uma gestão administrativamente responsável e transparente.”

Além disso temos 2 itens que devem ser levados em consideração avaliando a proposta da Agência P&L

### **ITEM 1:**

#### *1. Duração e valor do contrato*

*1.1. A previsão de duração do contrato de prestação de serviço será 12 (doze) meses, sendo sua duração vinculada ao respectivo crédito orçamentário, a contar da data da assinatura do contrato, não excedendo o*

*valor de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Podendo ser prorrogado, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.*

*1.1.1. O valor originário do contrato poderá ser alterado, mediante aditivo, até o percentual máximo de 25% (vinte e cinco por cento), com previsão no artigo 65, I, “b”, da Lei Federal n.º 8.666/93.*

ITEM 2:

O Briefing cita que:

### **3 - DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA**

*3.1. A Câmara Municipal de Formiga, para efeito de avaliação das agências de publicidade interessadas, irá desenvolver uma campanha hipotética e inédita de utilidade pública para “esclarecer a população sobre a função do vereador e a importância dele para o desenvolvimento do Município”, com uma verba hipotética de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).*

O Briefing não cita um período mínimo de campanha, mas a verba disponível para a campanha publicitária é a verba total do valor do contrato anual (R\$360.000,00). Ficando subentendido que, se a verba do Edital é anual, o período da campanha também será anual.

Pelo exposto, temos que apesar do Briefing não citar um período de campanha, a agência Visualize, que tem responsabilidade com a verba pública dividiu a campanha fictícia para 12 meses (período do contrato). Trabalhamos há muitos anos com clientes públicos e sabemos a necessidade desse planejamento e divisão da verba proporcionalmente.

Nesta seara, atendemos com profissionalismo e excelência a Prefeitura de Formiga desde 2018 e por isso temos todo o conhecimento de mídia local necessário para atingir os objetivos de mídia propostos. Conhecemos os meios e veículos da cidade e sabemos quais veículos podem documentalmente atender um órgão público.

Argumentando ao final, temos que a Proposta apresentada trata de uma escolha estratégica da agência, e não apresenta nenhum equívoco ou falha que comprometa a estratégia ou mesmo sua validade. Se há ineficiências na Proposta apresentada, este julgamento cabe único e exclusivamente à Subcomissão Técnica, e esta já fez seu devido julgamento, vide a pontuação atribuída a este quesito e suas justificativas.

## **V – DA VINCULAÇÃO DOS ATOS PRATICADOS PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA COM O DETERMINADO NO EDITAL**

Preliminarmente, necessário pontuar que o parecer e motivação da Subcomissão Técnica legalmente constituída é dotada de soberania, não cabendo discussão quanto ao mérito e critério subjetivo de avaliação empregue, pelo que resta a Comissão de Licitação, apenas e tão-somente, acatá-lo, seguindo-se as regras e disposições constantes no edital, no qual se vincularam todas as licitantes que participaram do certame em referência.

Os atos praticados pela Subcomissão Técnica obedeceram ao disposto no Edital e serviram como base para a avaliação das notas concedidas a todas as licitantes, presentes nas planilhas de pontuações e consubstanciadas nos quesitos e subquesitos citados nos subitens 12.2.1 a 12.2.4 do Edital.

Apesar dos julgamentos terem sido corretamente realizados de forma objetiva e tendo como base critérios preestabelecidos no instrumento convocatório, deles não se dissociam o caráter subjetivo inegavelmente contido neste tipo de julgamento.

Os critérios técnicos presentes no edital, tem o objetivo de diminuir a margem de subjetividade, mas não de suprimir a mesma, pois essa faz parte integrante do discernimento do julgador. Se assim não fosse bastaria colocar as Propostas e os critérios objetivos em uma máquina e daí se extrair a nota, o que de fato não se cogita.

Seguindo este entendimento, o julgamento foi feito considerando as notas atribuídas a todos os subquesitos, presentes em cada quesito estipulado pelo Edital, de forma “objetiva”, individual e conjunta, visando a obtenção das notas finais, conforme “parâmetros pré-estabelecidos no Edital.

De acordo com a nota recebida a licitante já era classificada segundo o atendimento do quesito, não atendendo ou não apresentando os elementos exigidos no quesito e/ou subquesito respectivo, a partir daí justificada estava, a nota conforme o parâmetro pré-estabelecido, que por si só, já justifica a pontuação recebida.

**Desta forma, as considerações relativas às planilhas, configuram-se como fundamentos que variam de acordo com entendimento pessoal do avaliador, sem, contudo, impedir a compreensão da motivação aplicada na apuração da nota, permitindo percepção geral do critério utilizado no julgamento por qualquer interessado independentemente do juízo de valor utilizado.**

Neste sentido, o julgamento individual foi o mais objetivo possível (de acordo com os critérios delineados no subitem 12.1 do Edital) mesmo sendo de acordo com o rigor pessoal de cada avaliador.

Caso tivesse dúvidas ou pontos contrários a respeito da forma de avaliação e pontuação, a citada Recorrente deveria ter apresentado questionamento, consulta ou até impugnação ao Edital, perante a Comissão de Licitação no momento apropriado e não pretender criar supostas irregularidades na avaliação da proposta técnica, totalmente a destempo e somente no instante em que aparece como última colocada no certame.

Neste contexto, eventual alteração da Nota do Invólucro nº 1 da Contrarrazoam-te Visualize em momento posterior a identificação da Proposta, já ocorrida na segunda sessão pública, geraria uma situação de novo julgamento com conhecimento de Autoria em frontal descumprimento a sistemática da Lei 12.232/10.

Portanto, estabelecidas as regras da licitação, tornam-se elas inalteráveis a partir da publicação do instrumento convocatório e durante todo o seu procedimento, impondo-se, pelo princípio da vinculação, que submete tanto a Administração licitante quanto os interessados na licitação, a rigorosa obediência aos termos e condições do Edital, o que foi feito pela Subcomissão Técnica.

Assim, não assiste razão a Recorrente em suas alegações, devendo permanecer inalterados os julgamentos dos membros da Subcomissão Técnica, por seus próprios e adequados fundamentos.

## **VI - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em nenhum momento do procedimento licitatório, houve qualquer prática de ato, por quem quer que seja, em desrespeito ou desobediência à legislação ou ao Edital. Os envolvidos, sejam funcionários, colaboradores e mesmo, as empresas licitantes sempre agiram de forma lícita, transparente e em conformidade com as normas constantes do Edital.

Também foram observados e respeitados os princípios da isonomia e da impessoalidade, entre outros, na seleção da proposta mais vantajosa para a Câmara Municipal de Formiga, com o uso de pontuações capazes de permitir uma classificação justa para as licitantes envolvidas, via de julgamento vinculado ao edital, bem como através de um juízo de rigorosa imparcialidade.

Neste sentido e concluindo, temos que frente a meras alegações desprovidas de argumentos consistentes, apesar de se revestirem do caráter ameaçador e acusador, estas devem ser sumariamente descartadas pela Câmara Municipal de Formiga, o que de consequência levará à manutenção da pontuação concedida pela Subcomissão Técnica.

**Portanto, correto o exercício das funções, delegadas por dispositivos legais e normativos presente no Edital, à Subcomissão Técnica, não se apontando qualquer desvio de conduta no julgamento das Propostas apresentadas pelas Licitantes.**

O cuidado, a qualidade e a assertividade presentes no conjunto do julgamento das Proposta Técnica, aplicados pela Subcomissão Técnica restaram plenamente demonstradas.

A Proposta Técnica da ora Peticionária, mesmo não identificada, mereceu, via tirocínio e capacidade dos membros da Subcomissão, o destaque dentre as demais, pelo seu planejamento, criação, pelo seu esmero, meticulosidade, primor e beleza dos conjuntos apresentados, assim, como, por outro lado, foi aplicada à Recorrente a classificação de sua Proposta Técnica em último lugar.

## **VII – DO DESPROVIMENTO DOS PEDIDOS**

Os pedidos da Recorrente devem ser totalmente desprovidos pela Subcomissão Técnica e por esta CPL, não só pelo aviltamento nas imputações colocadas contra a Subcomissão Técnica, mas principalmente pela completa falta de embasamento legal ou fático que possa sustentar as alegações colocadas no Recurso.

A manutenção do julgamento se impõe frente aos fatos e atos levados a efeito sob as luzes do que pede o Edital e a legislação aplicável, considerados válidos e íntegros por todos os participantes até o momento da publicação dos resultados, fato este que os robustece e os torna inabaláveis.

Ainda visto que na hipótese de dar-se provimento ao teor da peça recursal da licitante P&L, estaria a Câmara Municipal de Formiga, afrontando a soberania quanto aos julgamentos feitos pela Subcomissão Técnica.

Essa Douta Comissão Permanente, avaliando a questão sob o ângulo da razoabilidade há de dar guarida às ponderações feitas nos itens precedentes destas Contrarrazões, como forma de tutelar o interesse da Câmara Municipal de Formiga, bem como seus regramentos, a fim de manter a decisão recorrida, e assim, conquistar o objetivo principal da licitação, que é escolher a proposta mais vantajosa.

Formiga/MG, 20 de janeiro de 2022.

Pede deferimento e juntada.

**VISUALIZE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**

**05.432.160/0001-23**

**ROGÉRIO FARIA**

**943.837.586-49**