

MANIFESTAÇÃO EM RECURSO ADMINISTRATIVO

PROCESSO DE LICITAÇÃO Nº: 007/2022

TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2022

OBJETO Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade de propaganda, por meio de agenciamento especializado em conceber, planejar, criar e executar peças e campanhas publicitárias e intermediar na contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade.

RELATÓRIO Trata-se da análise de Recurso Administrativo interposto pela empresa licitante P&L Publicidade e Propaganda (Original P&P) em face da decisão de sua pontuação, ocorrida em sessão de julgamento do dia 16 de janeiro de 2023, no Processo Licitatório em epígrafe, bem como da análise das contrarrazões apresentadas pela segunda licitante, empresa Visualize Assessoria de Comunicação LTDA. por esta subcomissão técnica conforme dispõe a Lei 12.232/10

EM SÍNTESE, A EMPRESA RECORRENTE ARGUIU O SEGUINTE:

- A) Reclamou acerca da perda de 0,67 pontos não concordando com o critério aplicado.
- B) Reclamou sobre o quesito “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”, alegando um julgamento de forma injusta e não objetiva, requerendo a reavaliação de suas notas.
- C) Reclamou ainda, quanto ao julgamento de “Plano de Comunicação Publicitário”, citando a Lei 12.233/2010, sobre a composição da Subcomissão Técnica e os critérios para contratação de agência de publicidade, afirmando que foi desobedecido o edital, demonstrando seu inconformismo com a nota que recebeu de 17,66 neste quesito.
- Reclamou ainda a falta do “Plano de Comunicação” na proposta da licitante Visualize.
- D) Continuando, a recorrente, mais uma vez alegou o não cumprimento do edital referente ao item “Ideia Criativa”, no qual foi penalizada em 5 pontos.
- E) Alegou a recorrente que viabilizou um planejamento de mídia eficiente para atingir a população formiguense, conforme determinado no *briefing*, solicitando, portanto, a reavaliação das notas com base em critérios objetivos.
- F) Alegou que o edital determina no item 11.3.1.1, que a simulação de estratégia de mídia e não mídia deve constar resumo geral, requerendo no final que a comissão diligencie junto a licitante Visualize, para a comprovação de preços inexequível.

No final do seu recurso requereu:

1 de 7
Recibido 30/11/2023
f

- 1) - Conhecimento do presente recurso julgando o procedente em todos os seus termos.
- 2) - A Reavaliação de suas notas, ao montante de 100%
- 3) - A desclassificação da licitante Visualize.
- 4) - Na eventualidade seja retirado pontos da licitante Visualize por inobservância ao edital.

EM SUAS CONTRARAZÕES A RECORRIDA ARGUIU EM SÍNTESE:

- A) Que a recorrente não apresentou argumentos sólidos que possam alterar as notas concedidas.
- B) Que o julgamento foi compatível com as regras editalícias e legais, bem como o julgamento das propostas técnicas, explanando sobre os quesitos; 1 - Plano de Comunicação Publicitária; Quesito 2 - Capacidade de Atendimento; Quesito 3 – Repertório; Quesito 4 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.
- C) Alegou que as notas estão devidamente justificadas e foram calculadas conforme estabelecido, aplicando-se a média aritmética.
- D) Conclui-se que o “Repertório” teve seu julgamento na forma do edital com a análise da incompatibilidade entre o texto de defesa apresentado e o que foi solicitado no edital.
- E) Justificou a análise pela Subcomissão Técnica que, de forma correta, avaliou o quesito “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”.
- F) Quanto ao julgamento do “Plano de Comunicação Publicitário”, a recorrida afirmou que a Subcomissão Técnica observou as exigências legais de maneira formal, refletindo claramente a lisura do procedimento.
- G) A recorrida afirmou ainda, “dos julgamentos de propostas técnicas”, sendo certo que a subcomissão atentou às propostas e não em novas explicações trazidas pelo recorrente.
- H) Alegou a recorrida no tópico "Raciocínio Básico", que a recorrente pretende um novo julgamento de sua proposta, o que é inadmissível em sede de recurso administrativo.
- I) Sobre o tema “Estratégia de Comunicação Publicitária”, a recorrente justifica sua nota consoante nos textos de folhas 5, 6 e 7 no “Plano de Comunicação”, afirmando que as julgadoras aferiram as devidas pontuações.
- J) “Ideia Criativa”, defende-se a recorrente mais uma vez, que a Subcomissão Técnica seguiu com clareza e transparência, todos os quesitos do edital.
- K) Aduziu a recorrida no item "Estratégia de Mídia Não Mídia", que mais uma vez o recorrente pretende a revisão do julgamento da subcomissão técnica, o que é impossível diante das normas vigentes.
- L) Afirma a recorrida sobre a inexistência de inexecutabilidade do item "Estratégia de Mídia e Não Mídia" afirmando que mais uma vez a subcomissão pautou-se no edital e na lei. Defende-se ainda, sobre erro de digitação no nome, mas que não interfere nos conteúdos descritivos, que se apresentam específicos. Concluindo, apresentou documentos e justificou os orçamentos de preços contrapondo-se ao recurso apresentado pela recorrente.
- M) Reforça a vinculação dos atos praticados pela Subcomissão Técnica com o que foi determinado edital, ressaltando a soberania da subcomissão não cabendo discussão quanto ao mérito e critério de avaliação.

N) Em suas considerações finais, a recorrida alega que não houve prática ou ato em desrespeito à legislação e edital; foram observados e respeitados os princípios da isonomia, da impessoalidade objetivando a seleção da proposta mais vantajosa para a administração. Requereu a desconsideração de todos os pedidos formulados no recurso da recorrente e a manutenção do julgamento da Subcomissão Técnica a fim de conquistar o objetivo principal da licitação, que é escolher a proposta mais vantajosa.

DA ANÁLISE DO MÉRITO

- Repertório

A recorrente questiona a Subcomissão Julgadora, por qual critério objetivo foi penalizada com a perda de 0,67 pontos na subquestão 'Repertório', diferente do que foi questionado no recurso administrativo no qual a agência alega o artigo 11.4 do edital. A subcomissão julgadora realizou a análise técnica em consonância com o exigido do edital, exposto abaixo da manifestação.

Artigo 12.2.3 - Repertório

Alínea B – A qualidade da execução e do acabamento da peça e o material;

Alínea C – A clareza da exposição das informações prestadas.

Manifestação da Subcomissão Técnica sobre o Repertório

Sobre a análise a respeito desse sub quesito para o julgamento foram consideradas as principais características de um anúncio publicitário, dentre elas algumas que a recorrente não apresentou em suas peças.

Com relação a **Alínea B** - As artes foram estruturadas de maneira grosseira no tratamento das imagens e montagens.

Com relação a **Alínea C** - A recorrente não usou linguagens simples, textos curtos, persuasivos e atrativos, não cumprindo assim com o intuito do *briefing* de convencer os receptores da mensagem, ou seja, os cidadãos formiguenses. Veja os prints a seguir:



- Recorte mal feito na montagem QR.Code - Sobrepõe a imagem.
- Poluição visual
- A peça não está atrativa, como sugere o intuito do Edital - Chamar a atenção do cidadão formiguense.

Por: *Andréia*

IMAGEM II

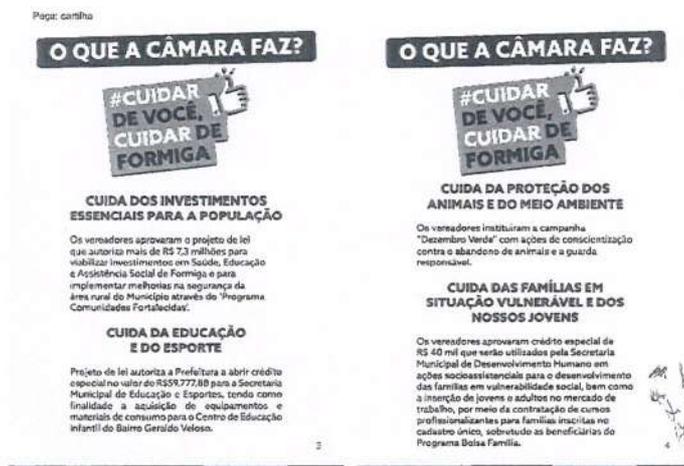


- Textos longos e linguagem não simplificada

IMAGEM III



- Recorte mal feito da imagem.



- Texto longo e linguagem formal, dura e fria.

Handwritten signature

- Relatos de Soluções de Problemas

Já sobre o questionamento da requerente a respeito do requisito “Relatos de Problemas de Comunicação”, a mesma foi penalizada com a perda de 1,34 pontos devido ao não cumprimento da **Alínea B do Artigo 12.2.4**, analisados conforme edital.

Artigo 12.2.4 – Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

Alínea B - A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.

Manifestação da Subcomissão Técnica sobre Relatos de Soluções de Problemas

A recorrente foi penalizada devido ao não cumprimento da **Alínea B do Artigo 12.2.4**, por não apresentar o resultado da pesquisa realizada pelo instituto JM Leal, para comprovar a eficácia da campanha “Aqui eu moro aqui eu Compro”, da prefeitura de Esmeraldas, apontada no item “Resultados Obtidos”, assim como o fez no primeiro *case* apresentado. Como a Subcomissão Técnica é soberana no julgamento e aplica os pontos conforme seu entendimento, a carta que foi apresentada pelo Diretor de Comunicação da Prefeitura de Esmeraldas, José Reinaldo de Jesus Penido, não foi suficiente para comprovar a eficácia da campanha.

- Plano de Comunicação Publicitário

A contestação da recorrente a respeito da nota 17,66, enquanto a Visualize recebeu a pontuação 18 no quesito:

Artigo 12.2.1.1 “Raciocínio Básico”

Os textos e as peças foram analisados conforme o **Artigo 3- Da Campanha Publicitaria, item 3.1**, contidos no *Briefing*.

Manifestação da Subcomissão Técnica sobre o Plano de Comunicação Publicitário

A Subcomissão Técnica analisou as propostas das duas agências em conformidade ao exigido no **Artigo 3º do briefing**, no qual solicita-se o desenvolvimento de uma campanha para “Esclarecer a população sobre a função do vereador e a importância dele para o desenvolvimento do município”.

Percebe-se na maioria das peças apresentadas pela recorrente, várias matérias a respeito de destinação de recursos, o que na verdade não é apenas a função do vereador, deixando a desejar no esclarecimento da real função e importância do vereador para o desenvolvimento do município.

Já o slogan proposto “A Câmara Cuida de Você Todos os Dias”, assim como as ilustrações destoam do solicitado. Além disso, as mídias e não mídias, não condizem com as tendências culturais e comportamentais do cidadão formiguense, para que os anúncios gerem uma identificação com a comunidade.

- Ideia Criativa

A criação das peças da recorrente, sob os olhos da Subcomissão Técnica, não se enquadram nos quesitos do **Artigo 12.2.1.3 Ideia Criativa**;

Alínea E) A originalidade nos elementos que a constituem

Alínea D) A multiplicidade de interpretações favoráveis que a comportam

Manifestação da Subcomissão Técnica sobre a Ideia Criativa

Antes de mais nada vale reforçar que não existe uma regra de como fazer uma análise de uma estratégia de comunicação. Ainda que existam parâmetros sugeridos no edital, cada um pode seguir o caminho que entender ser o melhor. Analisou-se as peças de comunicação questionando: Como isso me faz sentir? Que emoções me traz? Qual frase ou imagem me chamou mais atenção? Essa propaganda me convence? Como ela me persuade?

Procurou-se nas peças de comunicação elementos padrões que nos façam lembrar de algo familiar; sejam padrões visuais ou narrativas; e conectar os pontos, portanto, corrobora com a tese de que o julgamento de propostas técnicas ligadas a publicidade, não se atem unicamente ao objetivo contido no edital. E assim foi feito.

Sobre a **Alínea D)** - A mensagem publicitária tem por objetivo chamar a atenção do público e em seguida despertar a curiosidade e interesse do serviço divulgado.

As composições apresentadas mostram que os princípios comunicacionais da campanha julgada estão centrados em clichês, chavões que impedem a compreensão informativa e acaba comprometendo o aspecto da mistura criativa.

Sobre a **Alínea E)** – Cada peça gráfica possui características próprias. As técnicas de criação são diversas, porém o que mais conta é a capacidade de elaborar cada peça a fim de gerar empatia e ação do público alvo, o que não aconteceu com os membros da Subcomissão Técnica, que incorporou este papel ao fazer o julgamento.

- Estratégia de Mídia e Não Mídia

Referente a solicitação de revisão do julgamento da recorrente a respeito do **Artigo 12.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

Alínea E) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material.

Manifestação da Subcomissão sobre a Estratégia de Mídia e Não Mídia

Manifesta-se que o entendimento da Subcomissão Técnica avaliou além do item previsto em edital, uma avaliação mais qualitativa dos gastos públicos com princípios da economicidade do serviço público, o ordenamento jurídico inserido no texto constitucional intrínseco, a noção de eficiência, eficácia e efetividade impondo como um dos vetores a regular gestão de recursos e bens públicos e o respeito ao princípio da economicidade.

A confecção de 15.000 cartilhas, 500 cartazes e 20.000 folders, somando o valor de R\$ 49.400,00 por um período de apenas 30 dias, configura-se um gasto excessivo do dinheiro público. Ainda sob a ótica do comportamento e dos hábitos da população formiguense, a distribuição aleatória não atingirá o público alvo com eficácia, trazendo ainda à contratante uma péssima imagem perante os cidadãos.

- Estratégia de Mídia e Não Mídia Inexequível

A recorrente solicitou a desclassificação da recorrida no processo licitatório por apresentar uma proposta "inexequível" e por apresentar dois erros de digitação na página 33 no Plano de Comunicação.

Subcomissão
Dere

Alega ainda que a recorrida relacionou valores desproporcionais, o que tornaria a estratégia de Não Mídia inexecutável.

Manifestação da Subcomissão sobre a Estratégia de Mídia e Não Mídia Inexecutável

A Subcomissão Técnica entendeu que a suposta inexecutabilidade foi sanada pelos orçamentos apresentados no contra recurso da recorrida, entendendo que não há motivos da desclassificação da mesma, entendeu ainda que o erro de digitação não interfere no conteúdo, tampouco na lisura do processo.

CONCLUSÃO FINAL

A Subcomissão Técnica¹ debruçou-se exaustivamente sobre o recurso e contrarrecurso, tentando identificar falhas que pudessem prejudicar a recorrente nos quesitos questionados pela mesma, chegando-se à conclusão que são improcedentes as referidas solicitações.

É necessário afirmar que o estudo, o julgamento e o parecer da Subcomissão Técnica, foram realizados com objetividade, transparência e impessoalidade, com base nos critérios exigidos no edital.

A alegação da recorrente de que a Subcomissão Técnica não julgou corretamente as propostas ataca, desqualifica e desmoraliza o trabalho realizado voluntariamente e de forma justa.

Ressalta-se ainda que a Subcomissão Técnica é soberana nos julgamentos e na pontuação das campanhas apresentadas, ora, do contrário não seria necessário a instituição e nomeação da mesma.

Finalizando, faz-se necessário recordar que, de acordo com o princípio constitucional no qual quem julga, ainda que processo administrativo, tem liberdade para apreciar e avaliar as provas produzidas nos autos e, a partir daí, formar livremente seu convencimento, fundamentado nos elementos do processo.

Formiga, 27 de janeiro de 2023


Luciene Moraes Teixeira
Membro Subcomissão Técnica

Documento assinado digitalmente
gov.br DENISE MUNIQUE ESTEVES RIBEIRO
Data: 27/01/2023 14:50:33-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Denise Munique Esteves Ribeiro
Membro Subcomissão Técnica


Naiara Cristina Rosa
Membro Subcomissão Técnica

¹ A participante Denise participou de forma *on-line* por estar em viagem de férias