

AO PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO BADESUL

Ref.: EDITAL DE PROCEDIMENTO ORDINÁRIO DE LICITAÇÃO nº 0002/2023

Processo nº PROA 23/4000-0000467-8

Objeto: Contrarrazões de Recurso

GLOBALCOMM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., pessoa jurídica de direito privado, já qualificada na presente licitação, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, por seu representante legal, apresentar **CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS** interpostos por PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. e COMPETENCE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. pelos fatos e fundamentos que seguem.

As concorrentes supra nominadas interpuseram recursos contra a licitação e contra a classificação atribuída à ora recorrida no julgamento das Propostas Técnicas, em pontos que julgaram equivocados na decisão da douta subcomissão de licitação, requerendo a anulação do certame ou revisão das notas. Nenhum dos pedidos deve proceder.

1. RECURSO DA PRO TARGET COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

1.1 Sobre os critérios de pontuação do edital - preclusão do prazo para impugnação

A recorrente Pro Target faz um longo arrazoado para dizer que não concorda com os critérios de pontuação do edital, visto que por conta desses, que já eram de conhecimento de todos os licitantes quando apresentaram suas

propostas, seis concorrentes foram consideradas desclassificadas, mas toda essa explanação não merece acolhida, porque, além de intempestiva, não encontra respaldo na lei ou no edital.

Primeiro, deve-se lembrar que o momento para impugnação do edital já se extinguiu, não pode agora o licitante que perdeu a licitação alegar que não concorda com os termos do edital.

O item de irresignação contra o edital incluído no recurso ora apresentado é intempestivo e não merece apreciação pelo órgão julgador, eis que depois de transcorridas todas as etapas da concorrência, como não foi uma das vencedoras, vem a se insurgir contra o edital ou o procedimento da licitação. O edital poderia ser impugnado em momento prévio, em até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes, de acordo com o previsto no artigo 41 da Lei 8.666/93, artigo 164 da Lei 14.133/21 e artigo 87, parágrafo primeiro da Lei 13.303/16, sob pena de decadência do direito.

O edital foi enfático, nesse assunto:

6.4. A licitante que não apresentar impugnação tempestivamente, aceita plena e irrevogavelmente todos os termos, cláusulas e condições constantes do edital e de seus anexos e, vindo a ser a vencedora do certame, assumirá responsabilidade de executar todo o objeto nos termos do instrumento convocatório.

O edital, seguindo as disposições legais, foi bem claro ao dispor que a licitante que não apresentar impugnação está aceitando irrevogavelmente os termos do edital e de seus anexos.

A concorrente que não utiliza do prazo legal prévio para impugnação do edital e participa da licitação está aceitando seus termos e não pode vir a discordar depois apenas porque os termos do edital não lhe favoreceram no julgamento.

Se a licitante ora recorrente não concordava com o edital, ou com partes dele, deveria ter impugnado o mesmo, na forma prevista na lei e no próprio edital, no prazo hábil, não podendo vir agora, ao sentir-se prejudicada,

trazer interpretações suas que não constam do edital para fundamentar o seu recurso. Após precluído o prazo para impugnar o edital, não podem as licitantes alterar o que nele está escrito ou pretender modificar o que nele está previsto.

A jurisprudência já enfrentou a matéria, como se vê do seguinte julgado:

"Decai do direito de pugnar pela anulação da concorrência pública e, portanto, não reúne legitimidade ativa aquele que, à primeira leitura do edital, e entendendo-o discriminatório, não o tenha impugnado ou protestado, procurando invalidar cláusula viciada (TJSC, Ap. 31.585, 4ª C., j. 20.2.1992, Rel. Des. Alcides Aguiar, RT 692/137)"

Cabe citar Marçal Justen Filho sobre a preclusão da insurgência da recorrente à disposição do edital:

"...Qualquer vício deve ser objeto de imediato protesto por parte do licitante, sob pena de o silêncio constituir obstáculo a posterior questionamento."

O mesmo autor traz jurisprudência sobre o tema:

"Licitação. Edital de Tomada de Preços - Direito ao recurso administrativo, não sonogado ao impetrante. Ao recorrente não é dado aceitar o edital sem protesto para, após o julgamento desfavorável, arguir defeitos e pleitear sua anulação" (Rev. Jurisp. Do TJRGS 109/431-432).

O procedimento adotado estava no edital e a recorrente aceitou o mesmo quando participou da licitação apresentando sua proposta, agora não pode alegar nulidade do procedimento só porque não foi vencedora. O edital especificava:

11.6.2.14. Será desclassificada a Proposta que:

11.6.2.14.1. não atender às exigências do presente edital de seus anexos;

11.6.2.14.2. obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 11.6.2.1 a 11.6.2.4;

11.6.2.14.3. não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

11.6.2.14.4. obtiver nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária;

11.6.2.14.5. obtiver nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Ideia Criativa;

11.6.2.14.6. obtiver nota inferior a 06 (seis) pontos no subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;

11.6.2.14.7.obtiver nota inferior a 10 (dez) pontos no subquesto Capacidade de Atendimento. 15.1. O procedimento licitatório terá fase recursal única.

A previsão de desclassificação em relação à pontuação mínima estava expressamente descrita no edital, era de conhecimento de todos que participaram.

Logo, não há qualquer ilegalidade no procedimento adotado pela comissão do Badesul e, se a recorrente não concordava com os termos do edital, ela deveria ter impugnado no prazo hábil ou não ter participado do presente certame.

1.2 Dos descontos de pontuação aplicados às notas da recorrente Pro Target

A recorrente Pro Target requer revisão de suas notas tecendo comentários sobre o julgamento de cada um dos avaliadores, trazendo sua interpretação sobre a sua proposta e o porquê de suas notas deverem ser majoradas.

A recorrente pretende fazer o trabalho da subcomissão e avaliar a sua proposta e a das concorrentes com base em seus parâmetros. Conforme já bem enfatizado, a avaliação das propostas compete à subcomissão técnica que foi regularmente constituída para esse fim.

Os julgamentos realizados pela subcomissão técnica e depois o resultado estabelecido pela comissão de licitação atenderam ao edital, não havendo razão para sua reforma.

Da simples leitura do recurso constata-se que na verdade a recorrente quer atacar o procedimento porque se sente frustrada com o julgamento e com a sua colocação. Veja-se que traz muitas alegações de irregularidade e descumprimento dos princípios, mas sequer formula um pedido consistente, fica na divagação e pede revisão do procedimento, sem esclarecer que tipo de revisão seria necessário para satisfazer o que alega estar equivocado, e frise-se, os equívocos são apontados segundo sua ótica subjetiva, baseados em critérios próprios, que não se encontram no edital!

Inicialmente cabe referir que a subcomissão técnica foi escolhida dentro do que estava previsto no edital e foi composta por pessoas com conhecimento técnico para exercer essa função, disso decorre a presunção, até que se prove em contrário, que a subcomissão é imparcial e respeitou os princípios da legalidade e da moralidade ao proferir seu julgamento.

A subcomissão técnica está sendo atacada por não ter julgado a proposta da recorrente segundo ela (recorrente) entendia que deveria ser julgada. Ora, por certo que a subcomissão jamais irá contentar a todos os licitantes, ela tem o encargo de julgar e selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, não a de satisfazer os interesses desse ou daquele licitante.

As críticas da recorrente ao trabalho da subcomissão nada mais são do que avaliações pessoais, parciais, subjetivas das propostas, que não encontram respaldo nas leis 12.232/2010 e 8.666/93.

No julgamento das propostas técnicas, a subcomissão de licitação nada mais fez do que aplicar as disposições do edital, ao qual se encontra vinculada, as leis 13.033/16, 12.232/2010, 8.666/93, 14.133/21 e de seu regulamento, uma vez que só serão válidos os atos licitatórios praticados em conformidade com as normas estabelecidas no edital e na legislação vigente e só serão nulos os que afrontarem tais disposições, o que não ocorreu no caso.

Os argumentos trazidos pela recorrente como motivo para revisão do julgamento não se configuram capazes de promover os efeitos desejados pela mesma, que está apenas atacando o julgamento por não ter sido classificada, pois até então concordou com tudo que estava acontecendo, não atacou o edital, não impugnou a subcomissão, porque tinha interesse no objeto licitado, vindo somente a fazê-lo nesse momento por não figurar entre as classificadas.

Importa destacar que a avaliação das propostas foi realizada de forma sigilosa e idônea, atribuindo-se as notas de acordo com o conjunto apresentado por cada licitante, não se trata, e nem deveria se tratar, de comparar umas propostas com as outras e escolher qual deve vencer. A vencedora nessa

etapa será aquela que possuir a maior nota final, juntando todos os quesitos de avaliação.

O julgamento das propostas técnicas em licitações para contratação de serviços de publicidade, na forma da Lei 12.232/10, permite um subjetivismo e é por isso mesmo que a lei adotou um procedimento especial que garante o sigilo das propostas até para quem está julgando, de forma que a isonomia na escolha da proposta mais vantajosa (objetivo principal de uma licitação) seja garantida. Se cada licitante mal classificada na etapa de julgamento das propostas técnicas em licitação de publicidade for perseguir a nulidade da licitação, nenhum ente mais contratará agência de publicidade.

O Ministério da Defesa Nacional, em brilhante parecer de análise dos recursos interpostos contra ao julgamento das propostas técnicas na licitação que promoveu¹, cujos problemas apontados pelas licitantes são similares ao que aponta a recorrente, assim discorre:

Esse modelo de escrutínio – baseado no exame “cego” do Plano de Comunicação, ou seja, sem identificação de autoria do documento, bem como na tabulação da avaliação individual complementada por comentários com a percepção coletiva dos avaliadores – possibilitou que se reduzisse a subjetividade da avaliação final, favorecendo o tratamento isonômico na análise de conteúdos que são inerentemente subjetivos.

Cabe frisar que a preocupação em minimizar a subjetividade da avaliação permeou todo o processo de licitação desde seu início, quando da elaboração do projeto básico. Tal documento estabeleceu **a correspondência, em pontos, dos conceitos aplicados** no julgamento de cada item (“satisfatório”, “parcial” e “insuficiente”) sem margem alguma para variação das notas de um mesmo conceito. Uma rigidez que, por si só, inviabilizou posteriormente qualquer liberalidade por parte dos avaliadores em termos de pontuação.

Há que se reiterar, ainda, que o edital não impõe qualquer obrigatoriedade de espelhamento entre as valorações de itens pelos diferentes julgadores. Quando são examinados **itens**, a eventual variação de conceitos entre os avaliadores é um mecanismo não apenas previsto no Projeto Básico, como necessário para refletir percepções individuais que, analisadas em seu conjunto, explicitam o gradiente de situações verificadas no exame das propostas:

Mais adiante, ao analisar o argumento de que uma das propostas teria obtido uma nota melhor em relação a outra que supostamente teria apresentado melhor adequação ao edital, exatamente o que argumenta a recorrente em seu recurso, a comissão de licitações do Ministério da Defesa

¹ https://www.defesa.gov.br/arquivos/2013/mes09/concorrencia01_2012_volume%2019.pdf

Nacional muito bem decidiu, sustentando que a subcomissão faz o exame “cego” do Plano de Comunicação, possibilitando reduzir a subjetividade e realizar o julgamento de acordo com o edital, fazendo apontamentos sucintos, mas não por isso insatisfatórios, para aferir a proposta mais vantajosa.

Segue o referido parecer:

As ressalvas que, no entender dos avaliadores, constituíram deficiências, inadequações ou impropriedades de conteúdo relevantes nas propostas dessas licitantes foram devidamente apontadas nos comentários que sintetizam o juízo da Subcomissão Técnica – sem pretensão, frise-se novamente, de esgotar o assunto.

Não há fundamento – lógico ou editalício – na alegação da recorrente de que constitui incoerência avaliar alguns itens com o conceito “*satisfatório*” porque outros, que os antecederam, obtiveram conceito “*parcial*”. Ainda que possa haver afinidade entre determinados itens examinados, vincular obrigatoriamente sua avaliação colocaria em xeque a própria lógica de estabelecer diferentes quesitos de análise.

Tampouco pode ser alegado, sob pena de afronta direta aos princípios da isonomia, da impessoalidade e da avaliação objetiva das propostas, que um subquesto suficientemente pontuado para efeito de classificação – atendendo à nota mínima exigida – não seja considerado “*coerente*” com o restante da pontuação obtida. Ultrapassada a barreira objetiva da classificação, a pontuação do subquesto “*Diagnóstico*”, qualquer que seja, por si só não impede o desenvolvimento de uma proposta de estratégia de comunicação coerente com esse diagnóstico, lógica em sua argumentação e clara quanto a suas ideias-força.

Ao final do referido parecer, a comissão entendeu que a recorrente não teria apresentado qualquer evidência contrária à lisura, à transparência e ao caráter isonômico do sistema de julgamento empregado, cujos pilares são o exame de propostas sem qualquer identificação de autoria, o estabelecimento de parâmetros de atribuição de notas nos quesitos pontuáveis e, por fim, a correspondência exata, sem possibilidade de aplicação discricionária do julgador entre a pontuação e conceitos conferidos a cada item.

A decisão da subcomissão competente pelo julgamento das propostas técnicas foi proferida na forma da Lei 12.232/10 e é soberana, pois fez justiça ao aplicar os critérios que foram anteriormente instituídos por meio do edital. Não existe a nulidade pretendida pela recorrente.

Quanto aos argumentos dos avaliadores sobre a falta de unidade conceitual na redação das peças da agência Pro Target, eles estão coesos com a melhor técnica e não há por que revisar a nota da recorrente, afinal, o que vale numa ideia criativa é a sua materialização, feita de acordo com os objetivos propostos. Quando essa materialização não apresenta coerência e consistência, de nada vale tentar transferir a inabilidade da realização para um suposto não entendimento dos avaliadores, como tentou argumentar a agência Pro Target em sua defesa. A sua campanha foi mal avaliada porque foi mal construída no que tange à unidade conceitual, como ficou patente nas avaliações, logo, os descontos devem ser mantidos.

Ainda, a recorrente aponta que em alguns itens não obteve a nota máxima e alega que a nota atribuída carece de justificativa. Inicialmente é de fácil visualização que todas as notas foram devidamente justificadas, as planilhas dos avaliadores estão todas preenchidas à mão com as justificativas para cada nota.

As notas foram atribuídas atendendo ao item 11.6 do edital, e as planilhas seguem o modelo das fls. 26/27 do edital, onde consta que cada quesito deve ser avaliado com uma nota de acordo com os critérios: excelente, ótimo, bom, regular, insuficiente ou não atendeu. Logo, a nota não parte um número e sobre ele são acrescidos descontos, ela tem critérios para a nota inicial, e se o avaliador entendeu que a proposta estava ótima, mas não excelente, não deu a nota máxima, porém nem por isso precisa especificar motivos/razões para desconto, não se trata de desconto, e sim de avaliação do elemento apresentado.

Quando demonstra sua irresignação com a avaliação, com as notas que consideraram a proposta ótima, mas não excelente, a recorrente Pro Target compara as notas da Global (recorrida) e as suas, no entanto, essa comparação não atende ao propósito de demonstrar que ela atendeu aos itens e a recorrida não, nem que sua campanha seria merecedora da nota máxima.

O que a Pro Target utiliza como parâmetro de comparação das suas notas com as da recorrida são análises feitas por ela mesma, não traduzem o que foi comentado ou julgado pelos avaliadores.

De nada adianta o longo arrazoado e o comparativo realizado pela recorrente se os documentos anexados não sustentam a tese afirmada em recurso. De fato, a Pro Target não apresentou uma campanha simulada considerada excelente, pode até ter apresentado algo satisfatório para os julgadores, mas não excelente e, por isso, obteve a nota atribuída.

De acordo com o que foi demonstrado, o julgamento realizado atendeu ao que determinam o edital e as normas de regência, não existe fundamento razoável para revisão de notas, quanto mais após as propostas serem identificadas, pois isso comprometeria toda a lisura do procedimento.

1.3 Da alegação de necessidade de revisão das notas da recorrida – improcedente

O recurso apresentado pela Pro Target, no que se refere a proposta da Global, também não encontra fundamento na lei ou no edital, ou seja, as razões de fato e de direito apontadas pela recorrente não induzem e nem poderiam induzir a conclusão de desclassificação, tampouco de revisão da pontuação atribuída à proposta da Global, conforme se passa a demonstrar.

1.3.1 Das notas da recorrida no subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia

Na tentativa de reduzir as notas da proposta da recorrida, a recorrente Pro Target apresenta ataques infundados em vários pontos que serão rebatidos um a um.

Na argumentação comparativa das propostas de uma e outra, alega a recorrente que, por ter sido descontada pela apresentação de texto extenso e cansativo, a recorrida deveria também sofrer desconto pelo número de páginas que apresentou, porém tal alegação não deve prosperar.

A recorrente está comparando propostas que são totalmente diferentes, mas como utilizou ditos populares, rebate-se na mesma moeda, a recorrente está “comparando alhos com bugalhos”.

A proposta da recorrida pode estar extensa em quantidade de folhas, aos olhos da recorrente, mas apresentou um texto coeso, objetivo, claro, fundamentado e eficiente, por isso não teve nota descontada. Quantidade de folhas ou tamanho de folhas não é a mesma coisa que texto extenso e cansativo!

A utilização dos anexos na proposta de mídia tem como objetivo dar respaldo para a defesa de mídia apresentada. A recorrida não entende como grande quantidade um embasamento em pesquisas e dados de mercado; pelo contrário, isso mostra que a estratégia de mídia e não mídia apresentada está coerente, coesa e bem embasada tecnicamente. Cada dado apresentado nos anexos mostra a eficácia da proposta apresentada pela Global.

Por sua vez, a Pro Target não utilizou nenhuma fonte de pesquisa e, conseqüentemente, nenhum anexo em seu plano de mídia e não mídia. Ou seja, a Pro Target, ao contrário da Global, não demonstrou nenhum embasamento em dados para que pudesse ser comprovada a efetividade de sua proposta.

Por exemplo, na defesa do meio televisão aberta da Pro Target, expôs: "TELEVISÃO: A TV aberta é o meio de maior penetração em qualquer público, favorecendo o alcance e a frequência média". Porém, a Pro Target não possui argumentos para embasar uma defesa de qualquer meio e ainda mostra desconhecimento em relação ao público-alvo da campanha quando ressalta (sem citar qualquer fonte) que é o meio de maior penetração em QUALQUER PÚBLICO.

O edital expõe (item 11.1.2.4.) que a *Estratégia de Mídia e não Mídia deve ser constituída de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing. Essa apresentação deverá conter simulação de plano de distribuição em que licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, devendo constar resumo geral com informações sobre período de distribuição, quantidade de inserções, valor dos investimentos alocados em veículos de divulgação e na produção e/ou execução técnica de cada peça, conforme referido no subitem 11.1.7.*

Adiante o edital estabelece no item 11.2.10:

11.2.10. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões e integridade do invólucro nº 1.

Como visto, o edital permite a inclusão de textos, tabelas e planilhas, e não traz limite de páginas para a estratégia de mídia e não mídia, logo, quantidade de páginas utilizadas pela recorrida para embasar seu plano não encontra óbice no edital, não havendo razão para que a nota da Global seja reduzida.

Está claro pelos avaliadores que não há reparos a fazer nos textos do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia da Global. São, portanto, improcedentes os argumentos da Pro Target a esse respeito. Toda a redação dos textos da Global para esse subquesto obedeceram ao que foi pedido no edital. A redação é clara, coerente e embasada. A extensão é totalmente adequada ao volume de informações, não se trata de texto extenso e cansativo, como no caso da recorrente, e sim de informações necessárias para embasar tecnicamente o que está apresentado no texto e ilustrado nos anexos.

Também é descabido e totalmente infundado aventar a hipótese de que as impressões em A3 poderiam estar a serviço de uma identificação velada da agência ou que não seriam permitidas, isso só demonstra o desconhecimento da recorrente quanto ao edital, seus anexos e esclarecimentos.

O item 11.2.5.3 do edital prevê que as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em orientação paisagem e/ou em papel A3 dobrado.

Nos esclarecimentos prestados, a mesma informação foi enfatizada. Em resposta no Doc Questionário 8, a comissão expressou:

“As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores. Poderão, ainda, ser apresentados em papel A3 dobrado.”

Também, na resposta da pergunta 3 do Doc Questionário 8-9-10, a comissão esclarece:

Pergunta 3: O edital cita que folhas A3 utilizadas no Raciocínio Básico ou na Estratégia de Mídia devem ser consideradas 2 páginas (11.2.6). E para a Estratégia de Mídia e Não Mídia? Devemos considerar que planilhas em A3 da Estratégia de Mídia e Não Mídia também devem ser consideradas como 2 páginas?

Resposta 3:

Sim, serão consideradas duas páginas. Contudo, cabe destacar o disposto no item 11.2.10 do edital que diz o seguinte:

“Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões e integridade do invólucro nº 1”.

Cabe destacar que a Global apresentou proposta de mídia firme, consistente e exequível, com a melhor técnica, cumprindo o exigido na estratégia de mídia e não mídia do edital, sendo que a quantidade de folhas ou o tamanho delas não interferem na qualidade do trabalho, muito pelo contrário, enriquecem o mesmo com as informações necessárias para o embasamento da proposta apresentada.

Irresignada com a sua nota, a Pro Target ataca a Global alegando que foi descontada por não apresentar efetividade do investimento em mídia de banca de revista e questiona a efetividade da proposta da recorrida, comparando coisas distintas.

A comissão descontou nota da Pro Target por não demonstrar a efetividade do investimento proposto em bancas de revistas justamente porque a licitante não apresentou nenhuma defesa técnica nem do meio OOH e muito menos do formato proposto. Ao contrário, a Global embasou a definição de todos os meios, formatos e canais através de dados com o apoio de diversas fontes de pesquisa.

A Pro Target insinua que a recorrida não comprovou a efetividade da ação do podcast Podcase, porém essa afirmação não reflete a realidade. Na estratégia de mídia e não mídia da Global, sinaliza que o podcast será ativado através de um card em Meta Ads (Facebook e Instagram), ou seja, é um DIRECIONAMENTO de campanha, não um CANAL de mídia. O canal de mídia, neste caso é Meta Ads, não o Spotify ou Deezer. Na página 16 da proposta da

Global foi afirmado que: *"Facebook e Instagram são algumas das redes sociais mais consumidas (anexo 30)."*, ou seja, restou demonstrada a efetividade do CANAL Meta Ads, que irá disseminar o conteúdo dos podcasts. Além disso, insinuam ainda que não foi dimensionado o impacto da ação sugerida, o que também não é verdade: na página 17 da proposta da recorrida consta: *"(...) já o card terá direcionamento para o podcast Podcase Badesul, onde estimularemos reproduções. Temos como objetivo 8.475 cliques no carrossel e 7.627 no card, com investimento de R\$ 10.000,00 e R\$ 9.000,00, respectivamente."* A Pro Target questiona de forma rasa e injusta a estratégia da Global, que é bem clara em relação a todos os pontos levantados.

Ainda sobre a proposta de mídia e não mídia, a Pro Target faz um apontamento de que a Global não previu impressões geradas a partir dos canais orgânicos da marca, no entanto o edital não prevê tal possibilidade, uma vez que não dá acesso às plataformas das redes sociais e nem disponibiliza dados como os números de impressões das redes sociais do Badesul para contarem com uma previsibilidade de resultados.

Quanto ao podcast, a Global apresentou em sua proposta uma peça, composta por 4 episódios, sendo apresentado o valor de produção dos episódios atrelado ao podcast e, ao contrário do que afirma a recorrente, de que não foi mencionada a criação de perfis nas plataformas, na página 07 da proposta da recorrida existe esta sinalização: *"serão veiculados tanto nos canais próprios da marca quanto em plataformas de streaming de áudio, como Spotify e Deezer. Para que isso aconteça, será criada a conta do Badesul em cada uma dessas plataformas."*

Em relação à citação ao anexo 29, não é correto buscar esta informação ali. A estratégia da Global é claríssima: vai impactar usuários no Facebook e Instagram (duas das redes sociais mais consumidas no Brasil, conforme evidenciado no anexo 30) e aí direcioná-los para o podcast. Além disso, no anexo 28 está demonstrado que a maior parte dos usuários busca por informações na internet. E isso vem de encontro com a estratégia apresentada: será utilizado o Facebook e Instagram para disseminar informação através do podcast.

O leilão do YouTube In-Stream é por CPV, ou seja, está correto afirmar que o custo por visualização é de R\$ 0,04 conforme consta em nosso plano (p. 27/28). Ainda conforme nossa proposta, teremos com o investimento de R\$ 13.000,00 a um CPV de R\$ 0,04 um total de 325.000 visualizações.

Alega também a recorrente que no veículo Meta Ads, a campanha destinada à lembrança de marca utilizando formato de vídeo deveria trazer previsão de resultados de visualizações de vídeo, mas a recorrente está incorreta. Com o conhecimento aprofundado da Global em mídia digital e performance, sabe-se que visualizações de vídeo vêm naturalmente em campanhas de engajamento e de lembrança de marca (ou reconhecimento, que é outra nomenclatura utilizada para lembrança de marca). Como exposto na proposta apresentada, o material em vídeo será otimizado para lembrança de marca, o qual tem seu tipo de compra por CPM (custo por mil impressões). Desta forma não tem motivo para ter uma projeção de visualizações do vídeo, uma vez que o objetivo vai além de uma visualização: é a lembrança de marca. Com este apontamento, a Pro Target demonstra não ter conhecimento em relação aos objetivos disponíveis no Meta Ads.

Mais adiante a recorrente critica a proposta da Global, no que se refere às segmentações de usuários engajados, demonstrando, mais uma vez, falta de conhecimento técnico ao afirmar que a estratégia da recorrida não é eficaz. Acontece que uma segmentação de usuários engajados não irá impactar somente quem engajou organicamente com os conteúdos das páginas, mas também impacta usuários que engajaram de alguma forma através de anúncios. Temos três formatos importantes em Meta Ads, sendo o de lembrança de marca (vídeo) e link ad (carrossel e card), os quais irão gerar cliques, visualizações, curtidas e comentários (todas essas ações são tipos de engajamentos). Ou seja, a estratégia da Global se retroalimenta, uma vez que também utiliza uma segmentação de perfil semelhante a quem engajou com os conteúdos, aumentando ainda mais o potencial de alcance. A Pro Target parece não ter lido de fato a estratégia de mídia apresentada ao sugerir que seria mais eficiente utilizar público semelhante, pois esta é justamente uma das segmentações apresentadas.

Ressalta-se também que a Pro Target redigiu um texto longo para falar sobre as segmentações de forma muito superficial, sem explicar como cada uma delas irá funcionar. Ou seja, não apresentou uma estratégia.

A proposta de mídia e não mídia da Global é técnica, eficiente, clara, fundamentada e irretocável, merecendo a nota que lhe foi atribuída pelos julgadores.

1.3.2 Das notas da recorrida no sub quesito Ideia Criativa

Alega, ainda, a recorrente que a recorrida teria descumprido o briefing em relação aos elementos da assinatura e ao logo do Badesul e à marca do Governo do Estado, mas equivocou-se mais uma vez, **tais descumprimentos não existem.**

A alegação quanto ao item 10.11.1 do briefing anexo ao edital não procede, conforme se verifica da redação do mesmo, não há nenhuma afirmação de que a obrigatoriedade é para todas as peças.

Por outro lado, em nenhum momento do briefing consta que o objetivo de comunicação seria gerar tráfego para o site ou propagar a localização de endereço físico do Badesul, conforme se verifica no item 10.2 do briefing:

“10.2. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:

10.2.1. Aumentar o conhecimento e fortalecer a marca Badesul para os seus públicos.

10.2.2. Fortalecer a imagem do Badesul como agente fomentador do desenvolvimento no setor empresarial, no setor agroindustrial, de inovação e do setor público;

10.2.3. Associar a imagem do Badesul como importante financiador dos municípios gaúchos;

10.2.4. Fixar a imagem do Badesul no mercado gaúcho como uma empresa confiável, financiadora de investimentos tradicionais e inovadores e preocupada com o desenvolvimento econômico e social do RS;

10.2.5. Gerar identificação do Badesul com seus públicos;

10.2.6. Desenvolver uma comunicação eficaz e criativa que seja atrativa o suficiente para destacar o Badesul.”

Atendendo aos objetivos, que focam na marca do Badesul, a Global optou por colocar em todas as peças logos do Badesul e do Governo do Estado

do Rio Grande do Sul e optou por usar na mídia programática um botão “Saiba mais” direcionado para o site. Lá estão todas as informações, inclusive, a de endereço. A pertinência dessa escolha se deu pelo fato de, nessa peça, o usuário poder clicar para entrar diretamente no site.

Em uma peça gráfica, a colocação de site ou de endereço não se mostra eficaz, é uma peça que não tem interação, apenas fixação visual, diferente das digitais que podem levar o usuário diretamente para as informações e que permitem a interação com essas informações, como ligar, acessar o site, pesquisar o endereço, etc.

Não existe descumprimento ao edital, não houve qualquer direcionamento ou vantagem competitiva, trata-se apenas de técnica.

Para argumentar, no ponto em questão, cabe ainda lembrar que no direito administrativo brasileiro é pacífico o entendimento de que não se deve impedir a participação de licitantes potencialmente aptas por questões meramente formais que não causem prejuízo à licitação e/ou às demais licitantes, como é o caso.

Apenas para citar um exemplo, Marçal Justen Filho em sua obra *Comentários Lei de Licitações e Contratos Administrativos*, ed. Dialética, defende: *Além disso podem existir defeitos que não afetam minimamente interesse algum, caracterizando mera irregularidade.*

No campo jurisprudencial, há decisões a respeito desta matéria:

“Mandado de segurança – Licitação – Declaração de nulidade – Licitante vitorioso – Interesse para pedir a segurança.

A lei n. 4717/65 condiciona a declaração de nulidade dos atos administrativos a conjunção de dois requisitos: a irregularidade e a lesão ao estado. Irregularidades Formais – meros pecados veniais que não se comprometem o equilíbrio entre os licitantes nem causam prejuízo ao estado – não conduzem a declaração e nulidade.

(...) – STJ - MS 1.113/DF, 1ª S. Rel. Min. Peçanha Martins, rel. p/ Acórdão Min. Humberto Gomes de Barros, j. 31.03.1992)

PROCESSUAL CIVIL. VIOLAÇÃO DO ART. 535 DO CPC. OMISSÃO AFASTADA. LICITAÇÃO. SERVIÇOS DE OXIGENOTERAPIA. AUTORIZAÇÃO DE FUNCIONAMENTO ANVISA. EDITAL. NÃO-EXIGÊNCIA.

(...)

3. Não se deve exigir excesso de formalidades capazes de afastar a real finalidade da licitação, ou seja, a escolha da melhor proposta para a Administração em prol dos administrados.

4. Recurso especial não provido.

(STJ - 2ª Turma: REsp nº 1.190.793/SC, rel. Ministro CASTRO MEIRA: DJe 08/09/2010)

Como se pode ver, deve ser repudiado o rigorismo formal e exigências desnecessárias, a mera irregularidade não é motivo para desclassificação quando não constitui ilegalidade, não apresenta prejuízo para a Administração e não traz vantagem para a licitante nem desvantagem para as demais.

Não houve irregularidade na proposta da recorrida, apenas uma opção pelas informações com interatividade, porém, pela força do argumento, se enfatiza que, se houvesse irregularidade, essa seria apenas uma formalidade, que não prejudica nem beneficia ninguém, sendo o caso de aplicação do princípio do formalismo moderado exposto acima.

Todos os textos e documentos apresentados pela Global seguem RIGOROSAMENTE a forma determinada pelo edital – Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, além do que todos os pontos positivos e negativos, presentes na proposta da Global, já foram devidamente considerados pela subcomissão técnica julgadora no momento em que esta emitiu as suas notas, não cabendo novo julgamento e menos ainda a desclassificação, já que não há descumprimento à lei nem ao edital.

Mais adiante, ainda em relação à ideia criativa, a Pro Target argumenta que, no uso da logomarca do BADESUL na campanha proposta pela Global, a cor do fundo não estaria seguindo o MIV, mas isso só demonstra que a Pro Target não avaliou corretamente o MIV.

Na mesma página do MIV que foi citada pela recorrente há a seguinte indicação:

“Atenção Outras cores devem ser avaliadas conforme matiz e luminosidade. O fundo nunca pode causar ruído no Lettering e no Símbolo, nesses casos, sempre utilizar o box. Vide página X (no manual é página 12) para as Aplicações Proibidas.”

Marca Principal			Fundos Cromáticos
			<p>Atenção Outras cores devem ser avaliadas conforme matiz e luminosidade. O fundo nunca pode causar ruído no Lettering e no Símbolo, nestes casos, sempre utilizar o box.</p> <p>Vide página X para as Aplicações Proibidas.</p>
< 10m 100y	< 50c	< 40c 100y	
			
Texturas ruidosas	Outras cores não componentes da marca	> 100c 100y	
<p>Aplicação Positiva Cores com componentes de porcentagens menores que as referências ao lado.</p> <p>Aplicação em Box e Negativa Cores com componentes de porcentagens maiores que as referências ao lado. Para proporções do box, vide página 11 em Área de Escape.</p>			

A aplicação da Global não fere a recomendação do manual, pois o fundo utilizado nas peças não causa ruído no lettering e no símbolo, não sendo, portanto, necessário usar box. Assim foi feito.

Conforme o MIV, o box seria necessário se o fundo causasse ruído, mas não é o caso, além disso a aplicação na forma utilizada pela Global não se enquadra nas aplicações proibidas. Desse modo, não procede a colocação da Pro Target.

Aplicações Proibidas Marca Principal

As seguintes aplicações, versões, distorções e cores; ou quaisquer outras que sejam similares ou combinadas às abaixo, são TERMINANTEMENTE proibidas.



A Versão 1 Cor não pode ser utilizada em meios 2, 3 ou 4 Cores.

Com efeito, todos os apontamentos da Pro Target só demonstram que a mesma tentou buscar erros na proposta da Global para eliminá-la da concorrência, tentando ainda se colocar como classificada atacando o julgamento da comissão, e assim ser a vencedora, mas ainda, caso não conseguisse, o que provavelmente acontecerá, tenta tumultuar e anular o procedimento para ter uma nova chance, porém a comissão dessa licitação, com toda sua expertise não vai deixar isso acontecer.

Conforme se verifica, foram avaliados pela subcomissão técnica tanto os pontos positivos quanto os negativos, presentes na proposta da recorrida e da recorrente, os itens não satisfatórios já foram devidamente considerados pela subcomissão técnica julgadora no momento em que esta emitiu as suas notas, não cabendo novo julgamento e menos ainda a desclassificação, já que não há qualquer descumprimento ao edital.

No caso presente, a Comissão de Licitação agiu bem ao classificar a proposta da Global, atendendo expressamente ao que preceitua o edital, as interpretações que a recorrente está tentando dar aos motivos para redução de notas ou desclassificação não procedem. A Global não descumpriu o edital!

2. RECURSO DA COMPETENCE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

A recorrente Competence apresentou recurso atacando o julgamento proferido pela subcomissão técnica, irredimida com a desclassificação de concorrentes, incluindo a sua própria desclassificação.

De início, cabe reportar ao que consta no item 1.1 dessa defesa, que a recorrente aceitou os termos do edital e as desclassificações atenderam ao que estava estabelecido no edital, não houve nenhuma nulidade, houve apenas cumprimento do edital.

Primeiramente, devemos destacar que a discussão gira em torno do ato de julgamento das propostas técnicas pela subcomissão técnica, formada legitimamente de acordo com o que determina a Lei 12.232/10 e o edital no item 14.4. A referida lei prevê a formação por sorteio de uma subcomissão com

especialidade técnica justamente para garantir a lisura e a moralidade do julgamento das licitações de publicidade.

No caso presente, a subcomissão cumpriu com a sua obrigação de efetivar o julgamento das propostas técnicas, ainda que tenha cometido equívocos, porém não há qualquer prova ou sequer indício de prova de que tenha agido de forma a infringir os princípios da administração pública ou que tenha prejudicado ou beneficiado alguém por critérios que não os exclusivamente adequados à função que lhe é inerente de julgar.

De início, é necessário destacar que ocorre uma nulidade em licitação nos casos em que existe descumprimento da lei ou do edital por parte do ente licitante e haja prejuízo aos concorrentes, à lisura do procedimento ou ao interesse público, o que não aconteceu nesse caso. A subcomissão não privilegiou e nem prejudicou ninguém, ela apenas julgou conforme o que o edital exigia, logo os princípios da administração foram todos respeitados.

Com efeito, não existindo prejuízo para o interesse público e nem para as partes, bem como não existindo tratamento diferenciado a nenhuma delas e nem a descumprimento dos princípios da administração pública, não existe qualquer mácula quanto à lisura do julgamento.

Cabe ressaltar que o julgamento das propostas técnicas de todos os concorrentes foi de competência exclusiva da subcomissão técnica, constituída nos autos, conforme estabelece a lei e o edital, e foi realizado da mesma forma, não privilegiando e nem prejudicando ninguém.

Importa destacar que o pedido de nulidade do julgamento porque 6 licitantes foram desclassificadas em razão do ponto de corte das notas, que estava previamente estabelecido no edital, com o qual todas concordaram, foi formulado por recorrente que não se conformou com sua desclassificação técnica, ou seja, discordou do julgamento e resolveu pedir a nulidade de tudo para ter nova chance de se classificar, porém não há o que se falar em nulidade do julgamento se esse atendeu ao que previa o edital e a lei.

Na verdade, ao recorrer do julgamento das propostas técnicas, o interessado deve demonstrar, nas razões apresentadas, que houve equívoco na atribuição das notas técnicas ou que houve descumprimento ao edital, que não é o caso presente.

Nesse caso, anular a licitação só se justificaria se o julgamento estivesse infringindo a lei ou o edital, o que não aconteceu no caso em tela, pois os julgadores adotaram igual procedimento no julgamento de todas as propostas das concorrentes, tanto naquelas consideradas melhor classificadas quanto nas demais, seguindo os critérios do edital.

Argumenta a recorrente que a eliminação das concorrentes seria histórica, mas equivocada-se, é comum em licitações que envolvam técnica e que tenham ponto de corte nas notas.

A demonstração da capacidade da recorrente em outras licitações ou a sua idade não provam ser capaz de atender a esse edital, cada edital tem sua própria complexidade e em cada licitação as concorrentes terão seu próprio desempenho.

Quanto à comprovação da experiência o edital estabelece:

11.6.2.21. A comprovação de experiência da equipe, acima referida na tabela, poderá ser por meio de currículo resumido, devidamente comprovado (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição para execução dos serviços para o BADESUL e de CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social, ou contratos de trabalho, ou contrato social, ou, ainda, outro documento hábil à referida comprovação, exceto declaração pessoal emitida pelo próprio profissional ou empresa, de forma unilateral.

O edital estabelecia que o currículo deveria estar devidamente comprovado, logo, era necessário anexar as comprovações das informações que constam no currículo, e isso a recorrente e outras concorrentes não lograram fazer.

Nesse ponto, cabe destacar que a recorrente fala como se todas tivessem interpretado pela desnecessidade de comprovação, mas não é verdade, a primeira recorrente, Pro Target, anexou as comprovações dos currículos assim como a recorrida, logo, não se trata de uma interpretação única e nem de um favorecimento,

Ainda, no Doc Questionário 6, pergunta 1, a comissão esclareceu:

Pergunta 1:

Em atenção ao item 11.3.1.2. que trata da apresentação da equipe colocada à disposição do Badesul pela licitante, entre os documentos para comprovação de qualificação dos profissionais estão: currículo resumido e CTPS, ou contrato de trabalho, ou contrato social, ou outro documento hábil à referida comprovação. Ocorre que, no julgamento do pedido de impugnação protocolado pelo SINAPRO-RS no edital anterior (0001/2023 - Licitação Deserta) o item 4.1.4.3. traz a seguinte resposta ao questionamento quanto à comprovação de qualificação: "Ademais, a licitante poderá apresentar CTPS ou outros documentos a exemplo do contrato de trabalho, contrato social, ou ainda, outro documento hábil à referida comprovação como por exemplo um atestado emitido por terceiro (grifo nosso), conforme o descrito no edital, a seguir: (...)." Perguntamos: é correto afirmar que serão aceitos atestados emitidos por clientes da agência licitante, relatando os serviços prestados pelos profissionais relacionados na equipe da mesma, para cumprimento da comprovação exigida no item 11.3.1.2 do Edital 0002/2023? Resposta 1: Está correto, nos termos da resposta à impugnação do SINAPRO no POL 0001/2023.

Veja-se que os esclarecimentos mantiveram a interpretação de necessidade de comprovação, apenas flexibilizaram quanto ao documento que poderia ser utilizado para comprovação, acrescentando a possibilidade de atestado de cliente.

Conforme a comissão muito bem observou, a recorrente não anexou a comprovação do currículo de toda a equipe que apresentou e, por isso, sofreu desconto de notas, assim como foi feito com todas as concorrentes, inclusive a recorrida, que também sofreu desconto de notas no item.

O edital no item 11.6.2.20 traz uma tabela com a pontuação objetiva para cada elemento da equipe apresentado e descreve a experiência mínima que cada um deles deve ter, essa experiência mínima, por decorrência lógica, deve estar comprovada, tanto que o item seguinte e já citado 11.6.2.21 fala que a comprovação de experiência da equipe, acima referida na tabela, poderá ser por meio de currículo resumido, devidamente comprovado.

Os apontamentos da subcomissão nesse quesito da equipe técnica, de todas as agências, foram realizados de forma equânime, consideraram a pontuação da mesma forma, descontando pontos de quem não comprovou a experiência mínima, inclusive da recorrida.

Afirma-se, não houve qualquer beneficiamento, e a subcomissão apenas exerceu seu ofício cumprindo o que está no edital.

No julgamento das propostas técnicas, a subcomissão de licitação nada mais fez do que aplicar as disposições do edital, ao qual encontram-se vinculadas, e as leis 12.232/2010 e 8.666/93, uma vez que só serão válidos os atos administrativos licitatórios praticados em conformidade com as normas estabelecidas no edital e na legislação vigente e só serão nulos os que afrontarem tais disposições, o que não ocorreu no caso.

O procedimento adotado pela subcomissão foi exatamente o que estava definido no edital e as recorrentes estão desvirtuando a verdade dos fatos e tentando buscar descumprimentos à lei e ao edital que não existem.

Concluindo, os argumentos trazidos pelas recorrentes como motivo para anulação da licitação não se configuram capazes de promover os efeitos desejados pelas mesmas, que estão apenas atacando o procedimento por não terem sido classificadas, pois até então concordaram com tudo que estava acontecendo, não atacaram o edital, não impugnaram a subcomissão e não fizeram qualquer manifestação na sessão pública.

Por tudo que foi demonstrado, pedimos que essa respeitável comissão avalie as questões expostas, mantendo a decisão final de julgamento da licitação, mantendo também a pontuação da proposta técnica da recorrida.

DIANTE DO EXPOSTO, propugna pelo não acolhimento dos recursos ora interpostos, mantendo-se a decisão lançada pela comissão em relação aos itens aqui apontados, como forma de se manter a integridade, a legalidade e a moralidade da presente licitação.

Nestes termos espera deferimento.

Porto Alegre, 08 de agosto de 2024.

GLOBALCOMM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.