



## ENGENHO DE IDEIAS

ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL — BRDE

### Licitação Presencial nº 2019/140

**JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**, sociedade empresária de direito privado já qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, por seu representante legal que firma o presente petítório, vem, respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, apresentar **IMPUGNAÇÃO** aos recursos interpostos, o que faz com fulcro no art. 109, § 3º, da Lei 8.666/93, e na forma das razões de fato e de direito que a seguir expõe à apreciação desta colenda Comissão Permanente de Licitações.

Requer digno-se esta Comissão a receber a impugnação apresentada e dar-lhe regular processamento, na forma da lei.

Termos em que pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 28 de setembro de 2020.

  
Luiz Ricardo Felix Jaques  
Sócio-Diretor/ Representante credenciado





## ENGENHO DE IDEIAS

LICITAÇÃO PRESENCIAL Nº 2019/140

### IMPUGNAÇÃO AO RECURSO

#### RECORRENTES

*DEBRITO PROPAGANDA LTDA.*

*EZCUZÊ AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.*

*GLOBALCOMM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.*

*SPR COMUNICAÇÃO LTDA.*

*TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI*

#### DOUTA COMISSÃO

As concorrentes Debrito, EZCUZÊ, Globalcomm, SPR e Trade apresentaram recursos com as seguintes postulações:

**Debrito** — (1) ataca a sua desclassificação em razão da paginação à caneta e rubricada, (2) busca a revisão de notas;

**EZCUZÊ** — busca a revisão de notas;

**Globalcomm** — (1) ataca a sua desclassificação em razão da paginação à caneta e rubricada, (2) alega ausência de fundamentação nas notas, (3) busca a revisão de notas, (4) alega utilização, por esta impugnante, de papel especial não permitido no edital;

**SPR** — (1) busca a revisão de notas, (2) alega utilização, por esta impugnante, de papel especial não permitido no edital, (3) alega que esta impugnante teria extrapolado lapso temporal definido no briefing para a campanha simulada, (4) omitido valores referentes a materiais de mídia, e (5) apresentado valores equivocados na sua proposta;

**Trade** — (1) ataca a sua desclassificação decorrente da utilização de slogan diferente do definido no manual da marca, (2) alega descumprimento do edital por todas as proponentes que propuseram honorários inferiores a 10%.



Não assiste razão aos pleitos. Abaixo vão os fundamentos fáticos e jurídicos que autorizam tal conclusão.

## **1. DA IMPOSSIBILIDADE DE REVISÃO DE NOTAS APÓS A IDENTIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS**

Antes de adentrarmos na impugnação específica às alegações lançadas nos recursos, trataremos de uma questão suscitada por mais de uma recorrente e que demonstra desconhecimento da Lei 12.232/2010 e do seu propósito, que são os pedidos de revisão de notas.

Formulado a partir do Projeto de Lei 3.305/2008, o texto da legislação especial vinha acompanhado de justificativa que apontava como uma das suas principais preocupações a manutenção de um julgamento imparcial e o mais técnico possível. O seguinte trecho ilustra com clareza a questão:

[...] Tem a nossa experiência recente nos mostrado que a ausência de um tratamento normativo específico para essa matéria possibilita que, nesse campo, grandes arbitrariedades ocorram em todo o país. Empresas de publicidade contratadas com óbvio favorecimento, com base em critérios de julgamento subjetivos, contratos que encobrem a possibilidade de novos ajustes imorais com terceiros, pagamentos indevidos, desvios de verbas públicas destinadas à publicidade com fins patrimoniais privados ou para custeio de campanhas eleitorais são apenas alguns exemplos de transgressões que compõem um cenário já bem conhecido nos dias em que vivemos. [...]

Para evitar a condução imoral de procedimentos licitatórios, propomos nesse projeto a redefinição da formação das comissões responsáveis pelo processamento e julgamento destas licitações, que obrigatoriamente terão de ser compostas por pessoas escolhidas por sorteio, incluindo-se especialistas na matéria que não mantenham qualquer vínculo funcional ou contratual com o Poder Público. **Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas.**

[...] Este projeto de lei visa, assim, atacar de frente um problema grave vivenciado pela administração pública brasileira. Elaborado a partir de estudos jurídicos e da opinião de renomados especialistas do mundo publicitário, a presente propositura legislativa, com certeza, receberá o apoio de grande parte daqueles que, sendo contratados pelo Poder Público para a prestação de serviços de publicidade, desejam regras claras e princípios que tornem mais dificultosa a prática de favorecimentos e de desmandos que tanto atingem, pela ação criminosa ou inescrupulosa de poucos, a imagem de um mercado profissional constituído por agentes e empresas, na sua grande maioria, dignos e honrados.

O desconhecimento da autoria das propostas pelos membros da Subcomissão Técnica traduziu-se nas seguintes normas da Lei 12.232/2010: art. 10, §§ 1º, 2º e 3º, e art. 11, § 1º:



## ENGENHO DE IDEIAS

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da Subcomissão Técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

O legislador preocupou-se de garantir a Subcomissão Técnica de procedimentos que objetivassem a manutenção da isenção de cada um dos seus membros. O que isso significa, dentro do processo licitatório, é a rigidez formal da pontuação atribuída às propostas pela Subcomissão Técnica.

Depois que a Subcomissão Técnica atribui uma pontuação a cada proposta, e uma vez que o processo chega à etapa do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei 12.232/2010<sup>1</sup>, a pontuação não pode mais ser alterada. Isso porque o principal elemento garantidor da imparcialidade já não mais existe: o anonimato. As propostas já estão publicamente vinculadas aos respectivos licitantes. Quaisquer questões que digam respeito ao descumprimento da lei ou do edital, nesse momento, somente poderão se traduzir em desclassificação do licitante descumpridor da norma.

---

<sup>1</sup> VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos: a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária; b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria; c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica; d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;



## ENGENHO DE IDEIAS

Note-se que não há qualquer necessidade de existir suspeita ou imputação de favorecimento para um ou outro licitante para que haja a imutabilidade das notas. A medida decorre do cumprimento geral e abstrato dos princípios da legalidade e da moralidade administrativa. Quando houver suspeita ou imputação de favorecimento doloso a um licitante se estará diante de crime, que resultará em investigação criminal e possível oferecimento de denúncia pelo Ministério Público, o que, dependendo das circunstâncias, poderá resultar em condenação criminal. Não é esse o propósito da medida, que tem caráter claramente assecuratório.

Qualquer tentativa de alteração de notas partindo de qualquer participante da licitação decorre somente de desconhecimento do propósito da legislação especial que rege a licitação de serviços de publicidade e propaganda, e somente pode resultar em desprovisionamento, sob pena de subversão do processo licitatório e de quebra da imparcialidade e da isonomia no julgamento das propostas técnicas.

É importante esclarecer que a Subcomissão Técnica, ainda que guarnecida de todos os instrumentos de garantia de imparcialidade possíveis, e ainda que utilize critérios técnicos no julgamento das propostas, é composta por pessoas. Assim sendo, é impossível destacar por completo o caráter humano da avaliação das propostas técnicas. O que para um indivíduo pode ser uma campanha claramente superior às demais, pode não ser para outro. Apesar de ser predominantemente técnica, a avaliação não é passível de ser reduzida a critérios puramente matemáticos. É justamente por isso que os editais tendem a empregar termos amplos ao definir os critérios para a avaliação das propostas técnicas.

Os critérios de avaliação das propostas técnicas contidos nas alíneas do item 6.3.1 do edital, deixam isso claro. São critérios de julgamento, por exemplo, a acuidade da compreensão “do mercado de atuação e do papel do BRDE nos contextos social, político e econômico” (6.3.1.1, alínea “a”), “da natureza, da extensão e da qualidade das relações do BRDE com seus públicos e com o público objeto da campanha” (6.3.1.1, alínea “b”) e “das características do BRDE, das suas atividades e de seus produtos e serviços que sejam significativos para a comunicação publicitária relativa ao objeto proposto para o plano de comunicação” (6.3.1.1, alínea “c”), por exemplo.

Nenhum dos critérios acima apontados pode ser traduzido em valores matemáticos claros e impermeáveis a alguma medida de subjetividade. Se isso fosse possível, não seria necessária a nomeação de uma Subcomissão Técnica, bastando que se desenvolvesse um software que realizasse tais avaliações. A composição da Subcomissão Técnica com uma pluralidade de profissionais qualificados, além de ser critério assecuratório de imparcialidade, é também atestado da impossibilidade de redução matemática da avaliação das propostas técnicas.

Isso tudo considerado, o trabalho desenvolvido pela Subcomissão Técnica segue critérios definidos no edital, e é, sim, técnico, devendo ser assim visto para todos os fins dentro do processo licitatório. O inconformismo de qualquer licitante quanto a esse trabalho técnico não tem valor jurídico, ficando fadado ao insucesso.



## ENGENHO DE IDEIAS

### 1.1. Da igual impossibilidade de revisão das notas da via identificada (envelope 3)

Assim como é inviável a revisão das notas dos concorrentes em razão da necessidade de manutenção do anonimato, a revisão das notas das vias identificadas é vedada pela lógica do sistema criado pela Lei 12.232/2010.

A impossibilidade de revisão das notas das vias identificadas decorre dos princípios da impessoalidade e da moralidade. Isso porque, caso fosse vedada apenas a revisão das notas das vias não identificadas, permitindo-se a revisão das vias identificadas, burlar o sistema seria trivial, e toda a lógica por trás do sistema que garante o julgamento imparcial das propostas iria por água abaixo.

Se assim não fosse, concorrentes eventualmente mancomunados com julgadores mal-intencionados poderiam simplesmente preencher a equação e, insatisfeitos com o resultado, modificá-lo após o julgamento das propostas, direcionando a licitação.

Importa salientar que não estamos aqui acusando ninguém. O problema é amplo e abstrato, e a medida é preventiva.

### 1.2. Da resolução pela nulidade

Sendo inviável a revisão das notas, a única solução possível para os casos em que a Subcomissão Técnica tenha cometido erros inequívocos na atribuição das pontuações é a anulação de todos os atos eivados de vício.

Considerando que é impossível sanar diretamente eventuais erros de julgamento, uma vez que o anonimato, fundamento basilar do sistema licitatório adotado pela Lei 12.232/2010, não mais existe, e que ele é necessário para o julgamento das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica, a única solução possível para o caso será a declaração da nulidade do certame.

Isso porque, na forma do art. 49 da Lei 8.666/93:

Art. 49. A autoridade competente para a aprovação do procedimento somente poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, **devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.**

Atentada a lógica sistêmica da licitação regulamentada pela Lei 12.232/2010, a solução que melhor atenta para os princípios da economicidade e da isonomia é a anulação do julgamento com a publicação de um novo briefing e abertura de nova oportunidade para todas as agências que desejem participar do certame apresentarem novas propostas.



## ENGENHO DE IDEIAS

Dessa forma, anulam-se os atos viciados, mantém-se a Subcomissão Técnica e saneia-se o processo.

Note-se que, no presente caso, considerando que há inúmeros apontamentos de potenciais erros de julgamento, além da ausência ou insuficiência de fundamentação na atribuição de notas, a declaração de nulidade é a forma que melhor garante a integridade do processo. Uma vez que anular os atos eivados de vícios de ilegalidade é **dever** da autoridade competente, e não apenas prerrogativa, a impugnante pugna pela declaração, de ofício, da nulidade do certame e pela publicação de novo briefing.

## **2. DO LIMITE DE DESCONTOS DE HONORÁRIOS**

A recorrente Trade alega que os descontos nos honorários não poderiam resultar em percentuais inferiores a 10%, postulando a desclassificação de todas as proponentes que apresentaram proposta com honorários de 5% (todas, exceto ela própria e a agência Vivas). Sem qualquer razão.

Em primeiro lugar, o item 2.1, alínea “a”, do Anexo III do edital, foi assim redigido:

a) O desconto sobre a remuneração da agência de publicidade, incidente sobre trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual da agência e sob sua supervisão e responsabilidade, conforme item 1.1., “a”, deste anexo, **permitindo-se o pagamento de honorários no percentual de 5% (cinco por cento)** a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos/serviços externos;

Em razão da aparente contradição com o item 3.1, foi questionado o seguinte à Comissão:

### **Questionamento 17**

1) No Anexo III do Edital, o item 2.1, “a”, estipula que o pagamento dos honorários à agência em relação a trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros poderá variar de 5% a 15% sobre o custo de tais trabalhos.

Todavia, o item 3.1, “a”, do mesmo Anexo III, estipula que o valor mínimo percentual que poderá ser apresentado pela agência licitante será de 10% a incidir sobre a mesma espécie de serviço terceirizado.

Parece, assim, haver contradição entre os percentuais mínimos estipulados pelo Anexo III em relação aos mencionados serviços terceirizados.

Ante tal aparente contradição, questionamos: qual o percentual mínimo que pode ser apresentado pela agência para que seja possível obter a pontuação máxima: 5% ou 10% sobre o custo dos trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros?



## ENGENHO DE IDEIAS

A Comissão respondeu com a seguinte afirmação:

RESPOSTA: **O mínimo está estipulado no Item 2.1, alínea a) do anexo III (5%).** Já no Item 3.1, alínea a) está descrita a regra de pontuação e não o limitador de percentual. Sendo assim os Itens não se contradizem.

Considerando o que dispõe o item 3.1, a leitura conjunta dos dispositivos com o esclarecimento fornecido pela Comissão somente permite uma única leitura: as agências poderiam cobrar entre 5% e 15%, sem qualquer prejuízo, sendo 10% **o limite de redução sobre os honorários.** Considerando ainda que a pontuação máxima seria atribuída às agências que concedessem o desconto máximo, não há qualquer erro no julgamento, quanto a este aspecto

Assim, quem concedeu o **máximo de desconto de 10%** sobre os 15% originais (ou seja, quem definiu honorários em 5%) recebeu a pontuação máxima, com reduções a partir daí.

Note-se ainda que, em outro questionamento, a Comissão foi clara, enfática e indubitosa:

### Questionamento 10

3) Em relação ao item 2.1, "a", do Anexo III do Edital (Proposta de Preço), é correto afirmar que **é permitida às licitantes definir o percentual de 5%** sobre valor dos trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados por terceiros como forma de remuneração?

**RESPOSTA: Sim.**

É importante salientar que os esclarecimentos feitos pela Comissão têm valor idêntico ao das disposições do edital, incorporando-se a ele. Esse é o entendimento do STJ:

MANDADO DE SEGURANÇA. ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. [...] INOBSERVÂNCIA DAS NORMAS DE REGÊNCIA DA LICITAÇÃO EM COMENTO. ESCLARECIMENTOS PRESTADOS PELA COMISSÃO DE LICITAÇÃO EM COMPLEMENTO AO EDITAL 2/2007. CARÁTER VINCULANTE. ALTERAÇÃO DAS REGRAS NO MOMENTO DA APRECIÇÃO DO RECURSO ADMINISTRATIVO. IMPOSSIBILIDADE. SEGURANÇA CONCEDIDA.

[...]

10. Quanto ao caráter vinculante dos esclarecimentos prestados, ressalta o doutrinador Marçal Justen Filho que "é prática usual, fomentada pelo próprio art. 40, inc. VIII, que a Administração forneça esclarecimentos sobre as regras editalícias. A resposta formulada administrativamente apresenta cunho vinculante para todos os envolvidos, sendo impossível invocar o princípio da vinculação ao edital para negar eficácia à resposta apresentada pela própria Administração". Acrescenta, ainda, que "a força vinculante da resposta ao pedido de esclarecimento envolve as hipóteses de interpretação do edital. Ou seja, aplica-se quando há diversas interpretações possíveis



## ENGENHO DE IDEIAS

em face do ato convocatório. Se a Administração escolhe uma ou algumas dessas interpretações possíveis e exclui outras (ou todas as outras), haverá vinculação" ("Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos". 11ª ed., São Paulo: Dialética, 2005, pp. 402/403).

11. **Sobre o assunto, já se manifestou o Superior Tribunal de Justiça, no sentido de que "a resposta de consulta a respeito de cláusula de edital de concorrência pública é vinculante;** desde que a regra assim explicitada tenha sido comunicada a todos os interessados, ela adere ao edital" (REsp 198.665/RJ, 2ª Turma, Rel. Min. Ari Pargendler, DJ de 3.5.1999).

[...]

(STJ. MS 13005/DF. Primeira Sessão. Relatora: Ministra Denise Arruda. DJe 17/11/2008.)

Os questionamentos respondidos pela Comissão passam a fazer parte do edital e vinculam tanto o ente público quanto os proponentes em igual medida. Isso significa que, quando houver dúvida sobre quaisquer pontos do edital, e quando essa dúvida for sanada pela Comissão, o dispositivo do edital e o esclarecimento em questão deverão ser lidos de forma conjunta e integrada para formar a regra.

Como esclarecido acima, no presente caso, há (1) item no edital que permite a apresentação de honorários com valores entre 5% e 15%, (2) item no edital que trata da pontuação das propostas de preço considerado um **limite** de redução de até 10%, e (3) esclarecimento da Comissão afirmando que não há qualquer conflito entre as disposições, e que as proponentes poderiam, sem qualquer prejuízo, apresentar honorários no valor mínimo de 5%. **A única interpretação que adequadamente leva em consideração essas 3 disposições é a apresentada acima:** o limite de 10% presente no item 3.1 diz respeito à **redução** sobre os 15% máximos de honorários cobrados pelas proponentes.

Qualquer interpretação diferente dessa contraria uma ou mais das disposições do edital e de suas partes incorporadas (i.e., os esclarecimentos fornecidos pela Comissão).

Se as proponentes Trade e Vivas interpretaram de forma equivocada a regra formada a partir dessas 3 disposições, nada pode ser imputado às demais proponentes, que interpretaram corretamente o edital, no conjunto sistêmico de todas as suas partes.

### **3. DA SUPOSTA APRESENTAÇÃO DE FOLDER EM PAPEL ESPECIAL NÃO PERMITIDO NO EDITAL**

As recorrentes Globalcomm e SPR alegam que esta impugnante teria utilizado papel especial não permitido no edital para a apresentação de folder na sua proposta. Não assiste qualquer razão aos pleitos.

A impugnante apresentou todas as suas peças em papel offset 90g/m<sup>2</sup>, nas exatas especificações do edital. O erro das recorrentes provavelmente é decorrente do tipo da impressão do folder. O folder



## ENGENHO DE IDEIAS

apresentado pela JSMAX utilizou um processo de impressão a laser em uma impressora digital da marca Konica Minolta que, diferentemente das demais peças apresentadas pela agência, apresenta brilho típico causado pela disposição da tinta sobre o papel, diferentemente dos demais processos de impressão, que resultam na absorção da tinta pelo papel, como impressões a jato de tinta, por exemplo.

A tecnicidade da questão é esclarecida pela gráfica que efetivamente forneceu os materiais para esta impugnante, Grafiset:

Boa tarde,

conforme solicitado no dia 23/07/2020, fizemos a prova do arquivo que consta nesse mail no papel off-set 90g. Fizemos a impressão em um equipamento digital Kônika. Como esse processo de impressão é a laser o impresso no papel off-set fica com uma camada de brilho característico deste tipo de impressão. Caso seja necessário podemos fazer outra prova ou testes para verificarem que a impressão nesse papel fica com este brilho. A impressão digital fica sobre a superfície do papel, diferente da impressão off-set que a tinta absorve no papel.

Obrigado!

**Alexandre Reis**

Diretor

+ 55 51 98418 9424

+ 55 51 3361 2119

[grafiset.com.br](http://grafiset.com.br)



**grafiset** Somos movidas por desafios

Ainda, para uma clareza maior sobre a correção do que foi apresentado pela JSMAX, após ter vista dos recursos, a recorrida solicitou à mesma gráfica a impressão de duas provas distintas na mesma impressora: uma em papel offset e uma em papel couché. Os resultados estão anexos a esta impugnação.

Os dois materiais são parecidos, e a análise dos anexos lado a lado facilita a sua identificação. Entende-se, portanto, a confusão da SPR e da Globalcomm ao acharem que o folder da JSMAX foi impresso em papel couché. No entanto, tal confusão em nada pode prejudicar a impugnante, uma vez que cumpriu fielmente o definido no edital, apresentando todas as suas peças em papel offset 90g/m<sup>2</sup>.

A prova impressa em offset anexada a esta impugnação pode ser comparada com a peça apresentada pela JSMAX na sua proposta técnica, o que levará à constatação da ausência de qualquer descumprimento, como enfatizamos na presente manifestação.

Considerando que o equívoco das recorrentes decorre do processo de impressão, e não do papel, bem como que não há qualquer forma de limitação, no edital, sobre o equipamento utilizado para a impressão do material, mas tão somente sobre o papel propriamente dito, os recursos devem ser desprovidos.

Chamamos a atenção desta douta Comissão ainda para o fato de que três dos membros da Subcomissão afirmaram não ter levado o folder em conta na pontuação desta proponente por ter sido apresentado supostamente em papel couché, o que, como deixamos claro, não corresponde à realidade, o que significa que a proposta foi subavaliada em razão de erro dos julgadores, o que fere



## ENGENHO DE IDEIAS

o princípio da isonomia e deveria, assim como outros pontos sustentados por mais de uma proponente, resultar na nulidade do certame.

### 4. DA SUPOSTA EXTRAPOLAÇÃO DO PERÍODO DA CAMPANHA

A recorrente SPR alega que a impugnante teria extrapolado o período de veiculação da campanha simulada em 2 dias. Sem razão.

Para compreender a questão, é necessário esclarecer adequadamente a forma como são feitas as contratações de mídia externa. Não há contratação de mídia externa que não seja no formato bissemanal — ou seja, 14 dias. Não existe flexibilidade ou liberdade na contratação, no que diz respeito à modalidade em questão. Se houver interesse na contratação, cabe à contratante escolher uma bissemana conforme o calendário do fornecedor da mídia externa. O calendário em questão tem a seguinte disposição:

### Bi-semanas 2020

| Bi-semana | Período          |
|-----------|------------------|
| 02/2020   | de 23/12 a 05/01 |
| 04/2020   | de 06/01 a 19/01 |
| 06/2020   | de 20/01 a 02/02 |
| 08/2020   | de 03/02 a 16/02 |
| 10/2020   | de 17/02 a 01/03 |
| 12/2020   | de 02/03 a 15/03 |
| 14/2020   | de 16/03 a 29/03 |
| 16/2020   | de 30/03 a 12/04 |
| 18/2020   | de 13/04 a 26/04 |
| 20/2020   | de 27/04 a 10/05 |
| 22/2020   | de 11/05 a 24/05 |
| 24/2020   | de 25/05 a 07/06 |
| 26/2020   | de 08/06 a 21/06 |
| 28/2020   | de 22/06 a 05/07 |
| 30/2020   | de 06/07 a 19/07 |
| 32/2020   | de 20/07 a 02/08 |
| 34/2020   | de 03/08 a 16/08 |
| 36/2020   | de 17/08 a 30/08 |
| 38/2020   | de 31/08 a 13/09 |
| 40/2020   | de 14/09 a 27/09 |
| 42/2020   | de 28/09 a 11/10 |
| 44/2020   | de 12/10 a 25/10 |
| 46/2020   | de 26/10 a 08/11 |
| 48/2020   | de 09/11 a 22/11 |
| 50/2020   | de 23/11 a 06/12 |
| 52/2020   | de 07/12 a 20/12 |



## ENGENHO DE IDEIAS

A JSMAX selecionou o período assinalado em sua proposta para impactar o público de uma feira que acontecerá nessa época. Apesar de ser possível a interrupção da contratação durante a campanha, **não há contratação por apenas 12 dias.** Se fosse considerada uma interrupção no décimo segundo dia, o valor gasto seria o mesmo, e a entrega seria menor. Não obstante seja importante a observação dos limites temporais e econômicos envolvidos na proposta, **o princípio constitucional da eficiência não pode ser ignorado.** Seria desperdício de dinheiro público a interrupção da contratação da mídia externa nos dois últimos dias, sendo fundamental ponderar, nos limites da razoabilidade, o que melhor atende ao interesse da coletividade.

Como se percebe nos anexos com as planilhas específicas para cada meio, todas elas respeitam o período proposto. Apenas a mídia exterior ultrapassa, não porque houve uma contagem de dias errados, mas simplesmente **porque essa é a única maneira de contratação da mídia, e porque a interrupção nos últimos dois dias representaria desperdício de dinheiro público, em violação clara ao princípio da eficiência.**

Não se trata de erro ou descumprimento, mas **somente de restrição de período imposta pelo próprio meio.** Ainda que se pudesse argumentar no sentido do recurso, a questão ainda seria absorvida pela aplicação do princípio do formalismo mitigado.

É nesse sentido a lição de Rafael Carvalho Rezende Oliveira, na sua obra “Licitações e Contratos Administrativos” (Rio de Janeiro: Forense, 2012):

A licitação é um **procedimento instrumental** que tem por objetivo uma finalidade específica: celebração do contrato com o licitante que apresentou a melhor proposta. Por esta razão, **a legislação tem flexibilizado algumas exigências formais, que não colocam em risco a isonomia,** com o intuito de garantir maior competitividade.

É justamente por isso que o princípio do formalismo moderado, equivalente à instrumentalidade das formas, vem sendo considerado pela doutrina como aplicável a todos os processos administrativos, objetivando equalizar a aplicação dos princípios da legalidade e da vinculação ao instrumento convocatório, retirando relevância eliminatória às irregularidades que não afetam interesses públicos ou privados.

No presente caso, qualquer proponente que optasse pela veiculação de mídia externa vinculada a qualquer evento que ocorresse nas últimas duas semanas da campanha **encontraria a mesma exata restrição imposta pelo meio.** Somente se poderia tratar do tema como descumprimento ou violação da isonomia **se a situação em abstrato** fosse exclusivamente vinculada a uma proponente, o que, como ficou evidenciado, não ocorre. Uma vez que a circunstância abrange todas as propostas que utilizassem o formato de mídia externa proposto na extensão final da campanha encontrariam exatamente a mesma restrição, o ponto não é imputável à impugnante.



## **5. DA SUPOSTA OMISSÃO DE VALORES DE MATERIAIS DE MÍDIA**

A agência SPR alega que a impugnante não teria contabilizado, nos custos finais da sua proposta, os valores referentes ao envio de VTs para a TV Globo. Claramente, trata-se de uma tentativa da SPR de induzir a Comissão em erro.

A entrega digital de filmes para o veículo é realizada diretamente a partir de um encaminhamento da produtora responsável pela versão final do filme. Por essa razão, é de praxe a inserção, pelas agências de publicidade, do valor do envio e demais taxas (como Ancine, por exemplo) diretamente no valor final de produção da peça. E é exatamente dessa maneira que a JSMAX contabiliza o valor, pois é assim que o mercado trabalha.

Se a recorrente não questiona a ausência de apresentação de custos de motoboy para entrega de material, ou de contratação de banda larga para a apresentação de mídia digital, por que motivo questionaria as despesas intermediárias vinculados a outras peças e produções?

Em outras palavras, quando a JSMAX informa o orçamento dos materiais de TV e a produtora responsável, já estão inseridas, neste valor, todas as taxas de exibição e envio dos materiais. **Isso está descrito de modo claro no Anexo VIII, referente aos custos de produção.** Na descrição, consta o seguinte:

| Taxas inclusas. Veiculação em TV's aberta e fechada e mídias sociais.

Abaixo, inserimos o trecho exato em questão:

|                        |              |   |
|------------------------|--------------|---|
| Filme 30" - BRDE Inova | Dunna Filmes | Produção de VT de 30". Captações de imagens junto à produção do filme conceito 60", para otimização de custos de produção. Casting local, produção de locação, maquiagem, figurino, locução e trilha pesquisada. Taxas inclusas. Veiculação em TVs aberta e fechada e mídias sociais. Tempo: 90 dias. |
|------------------------|--------------|---|

O termo "taxas inclusas" significa todo e qualquer tipo de valor que deva ser considerado para a produção, envio e exibição do material. Cabe ressaltar, ainda, que não é e nunca foi exigido no edital a citação individual e o detalhamento de todas as taxas associadas ao tipo de produção e mídia a serem executados.

Dessa maneira, deve ser desprovido o recurso da SPR.

## **6. DA SUPOSTA APRESENTAÇÃO DE VALORES DIFERENTES DOS DE TABELA**



## ENGENHO DE IDEIAS

A SPR alega que a impugnante teria calculado de forma errônea o valor do jornal “Diário Chapecó”. Ou a recorrente sequer leu o trecho que ela alega estar equivocado, ou o argumento provém de absoluta má-fé!

Isso porque o veículo apontado pela impugnante na sua proposta **não se chama Diário Chapecó, mas sim Diário do Iguacu, que circula no município de Chapecó!** A mera leitura do Anexo V — Meio Impresso, da proposta da impugnante é suficiente para o desprovimento do recurso. Entretanto, demonstramos abaixo os exatos termos da tabela vigente do **Jornal Diário do Iguacu:**



### TABELA DE PREÇOS

Portal Di  
www.diariodoiguacu.com.br

Diário  
do Iguacu

#### DIÁRIO DO IGUAÇU • FOLHA DE CHAPECÓ

Periodicidade: Segunda a sexta-feira, sábado e domingo (edição conjunta).

| NOTICIÁRIO/CLASSIFICADO         | cm/coluna        |
|---------------------------------|------------------|
| Capa                            | R\$ 116,08       |
| Contra capa                     | R\$ 47,77        |
| <b>Páginas Internas COR</b>     | <b>R\$ 31,87</b> |
| Páginas Internas PB             | R\$ 23,05        |
| Colunas especiais               | R\$ 104,28       |
| Publicidade Legal               | R\$ 96,05        |
| Classificados                   | R\$ 10,85        |
| Encarte/Unitário (sob consulta) | R\$ 0,83         |

Reiteramos: a alegação é leviana, sem fundamento. Os valores utilizados pela impugnante na sua proposta são os exatos valores de tabela do veículo.

Com o valor do veículo, conforme acima esclarecido, um anúncio no formato página simples custa o valor total de **R\$ 8.700,51**, conforme o seguinte cálculo:

$$VT = (VC \times NC \times A) \times Va$$

VT: Valor total  
VC: Valor do cm/coluna  
NC: Número de colunas  
A: Altura  
Va: Adicionais variáveis

Considerando que um anúncio no formato página simples no referido jornal tem o formato de 6 colunas por 35 centímetros de altura, e que o acréscimo de cor é de 30%, a substituição das variáveis acima fica:

$$VT = (31,87 \times 6 \times 35) \times 1,3$$
$$VT = 6.692,70 \times 1,3$$



## ENGENHO DE IDEIAS

VT = 8.700,51

É importante compreender que a multiplicação por 1,3 nada mais é que o acréscimo de 30% cobrado pelo veículo para anúncios coloridos.

Os custos apresentados pela JSMAX, portanto, estão corretos e totalmente de acordo com a tabela do veículo Diário do Iguaçu, utilizado na proposta.

Assim como nos demais pontos, o recurso da SPR deve ser desprovido.

### 7. CONCLUSÃO

ANTE O EXPOSTO, a recorrida requer digno-se esta respeitável Comissão Permanente de Licitações a receber a presente impugnação, dando-lhe o devido e legal processamento, na forma do art. 109, § 3º, da Lei 8.666/93, desprovendo os recursos impugnados, no que concerne aos apontamentos lançados contra a JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda., nos termos e na forma da fundamentação acima.

Considerando a impossibilidade da revisão de notas, bem como a ausência da sua fundamentação pela Subcomissão Técnica, a impugnante requer, ainda, a declaração de ofício da nulidade do certame em razão dos apontamentos direcionados ao processo pelas recorrentes, com a publicação de novo briefing, nos termos da fundamentação.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 28 de setembro de 2020.

  
Luiz Ricardo Felix Jaques  
Sócio-Diretor/ Representante credenciado

07.895.771/0001-33

JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA-ME

RUA BARÃO DO AMAZONAS, 426 CONJ. 301  
PETRÓPOLIS - CEP 90670-000

PORTO ALEGRE - RS

**BRDE Inova**

**LINHAS DE FINANCIAMENTO  
PARA INOVAÇÃO E TECNOLOGIA.**

The advertisement features a central portrait of a smiling man in a light blue suit and tie. The background is a dark green, textured wall with several circular icons connected by dotted lines. The icons include a lightbulb, a gear with a circular arrow, a microscope, and a robotic arm. The overall aesthetic is professional and tech-oriented.



# BRDE Inova

LINHAS DE FINANCIAMENTO  
PARA INOVAÇÃO E TECNOLOGIA.