

JULGAMENTO DE RECURSO ADMINISTRATIVO

CONCORRÊNCIA 003/2017

Objeto: *“Contratação de Agencias de Propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade com elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgação das ações da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.”.*

Em cumprimento ao item 6.6 do Edital em epígrafe, passamos a decidir sobre o Recurso Administrativo interposto pela licitante TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

A Recorrente alega preliminarmente que a decisão da qual a desclassificou é nula por não haver fundamentação na decisão.

Alega também que houve apresentação de notas das propostas desclassificadas, e ausência de reavaliação de pontuação com diferença superior a 20% (vinte por cento).

No mérito do Recurso, a Recorrente alega que sua desclassificação é indevida, uma vez que inexistente ofensa ao item 9.5.1 do Edital, pois constam a relação e comentários sobre cada peça, incluindo suas especificações e explicitação das funções táticas de cada uma.

Em relação ao item 9.6,b a Recorrente alega que o edital determina e prevê a apresentação de roteiro, layout e/ou storyboard para qualquer meio e por isso a exigência de “monstro ou protótipo” para os meios rádio e internet são mera faculdade e não obrigatoriedade.

Já sobre o item 10.1, a Recorrente afirma que a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada está em conformidade com o Edital. Assim como o descumprimento do Anexo III, o briefing, foi explorado como base na elaboração da proposta, onde alega a Recorrente a ausência de fundamentação.

Alega a Recorrente que inexistente ofensa ao Anexo X pois a logo foi devidamente aplicada no Plano de Comunicação Publicitária e não podem ser penalizadas.

Requer ainda a revisão de suas notas.

É a síntese do Recurso apresentado.

Fundamentação da Decisão

- Ausência de Fundamentação

Não prospera a alegação da Recorrente uma vez que a indicação do item e de modo concreto fundamenta a decisão de desclassificação, senão vejamos, ao indicar que a Recorrente não cumpriu 9.6.b indica que a mesma não

apresentou Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet, portanto não carece de ser a fundamentação longa, mas sim precisa e concreta, como foi no caso já demonstrado. Ao indicar que a Recorrente não cumpriu com o Anexo X, logo da prefeitura, demonstra que a Recorrente errou a aplicação da logo em suas peças publicitárias de sua proposta técnica.

Sendo assim não prospera tal argumento.

- Apresentação das Notas das Propostas Desclassificadas

Houve um equívoco por parte da comissão no momento de dar vistas ao processo para as licitantes e assim cumprir com o princípio da publicidade e transparência que sempre pautaram este processo.

Porém em nenhum momento houve prejuízo aos licitantes, uma vez que apenas a Recorrente teve suas notas divulgadas, e repito, sem nenhum prejuízo aos demais licitantes e nem mesmo a si própria. Alegar ato de improbidade é algo exagerado pois apesar da nota publicada, o anonimato das propostas foi FIELMENTE cumprido, não ensejado nenhum tipo de conhecimento pela Subcomissão Técnica, uma vez que as notas já haviam sido atribuídas antes da sessão pública de cotejamento das propostas com as vias identificadas.

Caso houvesse vazamento ou conhecimento de quem era a propriedade intelectual das proposta, aí sim caberia a Anulação do certame e até mesmo um processo por improbidade, o que não é o caso.

- Nulidade por ausência de reavaliação de pontuação com diferença superior a 20%

As notas foram devidamente reavaliadas pelos membros da subcomissão técnica, e em cumprimento ao Art. 6º §1º da Lei nº 12.232/2010, as razões foram postas nas planilhas de pontuação divulgadas nas sessões e colocadas à vista dos licitantes.

- Desclassificação pelo item 9.5.1

O item 9.5.1 traz a seguinte redação:

9.5.1. Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessária para execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.4 a) e b) com comentários sobre cada peça e/ou material, sendo que estes comentários deverão estar circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

Ainda sobre este item, no dia 04 de maio houve um pedido de esclarecimento que foi respondido da seguinte forma:

De acordo com resposta aos questionamentos sobre o item 5.6. Meios de Comunicação: Televisão, Rádio, Jornal e Não Mídia. Onde a comissão responde para Considerar o Edital, questiono: Que item do edital devo considerar? Item 5.6 página 95 Meios de Comunicação:

Televisão, Rádio, Jornal e Não Mídia. ou itens 9.5.2 Da relação descrita no item 9.5.1 deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. E 9.6. II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 5 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou 9.6 II. II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 5 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material?

Resposta: Considerar os itens 5.6 e 9.5.1, o termo "independentemente do meio de divulgação" se refere aos meios solicitados.

Os meios solicitados foram Televisão, Rádio, Jornal e Não Mídia, consta na relação da Recorrente o uso de "OUTDOOR", o que não é considerado como "não mídia", se faz necessário comprar o espaço para a divulgação da peça, portanto a Recorrente descumpriu com o item 9.5.1.

- Desclassificação pelo item 9.6.I.b

Houve um erro de digitação na Planilha que divulgou as desclassificações, porém as fundamentações estão nas planilhas de pontuação, como a própria Recorrente verificou em sua peça Recursal, inclusive defendendo o item se utilizando da redação do item 9.6.I.a.

Vejamos o seguinte:

9.6. Os exemplos de peças e/ou material deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) Protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;
- c) Storyboard, storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

O Edital é claro e caso a Recorrente tivesse algum tipo de dúvida, poderia ter se valido do Pedido de Esclarecimento para dirimir tal questão e não cometer o equívoco que levou a sua desclassificação, o que é ruim para a Administração, pois quanto mais concorrentes, melhor para se apurar uma melhor proposta.

Portanto para os meios Rádio e Internet se fazia obrigatório a apresentação de Protótipo ou "monstro" para Rádio e Internet, tanto se faz claro o edital, que apenas a Recorrente cometeu tal equívoco, não apresentação do monstro para Rádio, estando assim em desacordo com o exigido pelo Edital.

- Desclassificação pelo item 10.1

A exigência do edital era da apresentação de TV, Rádio, Jornal e não mídia, sendo corporificadas 5 exemplos. Sendo assim seriam TV, Rádio, Jornal e duas peças de não mídia.

Em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, a Recorrente utilizou o meio "OUTDOOR", que veremos abaixo, na Apostila do Professor Breno Brito da Associação de Ensino Superior do Piauí, no Curso de Comunicação Social, disciplina Desenvolvimento de Campanha, temos que:

"Uma campanha publicitária é um conjunto de peças criadas para divulgar um produto ou serviço, que atendem ao mesmo objetivo de comunicação. Cada material criado a partir da mesma solução criativa é considerado uma peça da campanha. (...) as peças são destinadas a várias mídias, somando seus esforços na obtenção de um resultado positivo de impacto e convencimento do consumidor".

- Uma campanha tem suas peças divididas em dois grupos: Peças de Mídia e Peças de Não-Mídia.
- **Peças de Mídia:** são aquelas veiculadas nos meios de comunicação de massa, também conhecidos no meio publicitário como Mídia Tradicional ou Convencional. Exemplos: o anúncio veiculado em jornais e/ou revistas; outdoor; o spot: veiculado em rádio; o comercial de TV (também conhecido como VT ou filme publicitário).
- **Peças de Não-Mídia:** são aquelas não veiculadas na Mídia tradicional. Também são conhecidas como Mídia de Apoio ou Mídia Alternativa. Exemplos: cartaz, banner, display, faixa de gôndola ou qualquer tipo de material de ponto-de-venda; cartão-postal; mala direta; panfleto.

Portanto o Outdoor utilizado está na categoria de "não-mídia", estando desta forma em desacordo com o exigido em edital, estando desta forma a Recorrente desclassificada.

- Desclassificação pelo Anexo X

Realmente houve um equívoco no edital, sendo a marca também constando como Anexo X.

Porém não prospera a alegação que houve confusão ao elaborar a proposta, uma vez que tivemos pedidos de esclarecimentos solicitando a marca a ser utilizado nas campanhas, e a esta comissão respondeu que a marca a ser utilizada seria a disponibilizada no Edital de Licitação.

A Recorrente acabou incluindo o endereço do site da prefeitura de Várzea Grande na logo, diferente do que foi disponibilizado.

Cabe esclarecer que os pedidos de esclarecimentos foram disponibilizados no sitio eletrônico da Prefeitura Municipal de Várzea Grande em tem hábil, o que não prejudicou nenhuma licitante.

Vale também lembrar que todo pedido de esclarecimento tem caráter vinculante como bem leciona o mestre Marçal Justen Filho, "*a resposta formulada administrativamente apresenta cunho vinculante para todos os envolvidos*".

Tal entendimento encontra guarita em vários julgamentos do STJ, como segue abaixo:

ADMINISTRATIVO. CONCORRÊNCIA PÚBLICA. CONSULTA. 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. Hipótese em que, havendo dissídio coletivo pendente de julgamento, a resposta à consulta deu conta a todos os licitantes de que os reajustes salariais dele decorrentes seriam repassados para o preço-base; irrelevante o argumento de que o dissídio coletivo assegurou reajuste salarial não previsto em lei, porque prevalece, no particular, a decisão do Superior Tribunal do Trabalho, que se presume conheça e aplique a lei, de que é o intérprete definitivo no seu âmbito. Recurso especial não conhecido. (Resp 198665/RJ, Rel. Min. ARI PARGENDLER, SEGUNDA TURMA, julgado em 23.03.1999, DJ 03.05.1999 p. 137) grifo nosso.

Veja que os esclarecimentos afetam conteúdo do edital e cabe aos possíveis interessados que tomem conhecimento do aviso publicado buscar informações sobre o edital e seus possíveis esclarecimentos.

Não se confunde com a regra do art. 21, §4º da Lei de Licitações, pois o pedido de esclarecimento, neste caso em concreto, baseou-se em desfazer dúvidas, obscuridade ou desfazer alguma contradição textual.

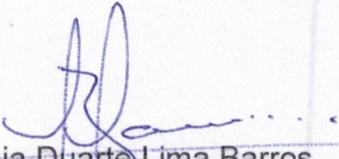
Sempre que o esclarecimento não vise agredir o edital, surge o dever da comissão em deixar claro e sem nenhuma dúvida, já que tal procedimento não visa alterar o teor do edital, mas simplesmente em esclarecer o conteúdo deste.

Ao praticar e publicar o esclarecimento, fica a Administração Pública adstrita a ele, vinculando todos os licitantes a tal informação, desta forma em total consonância com o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório.

Desta forma fica claro que a Recorrente não se atentou aos procedimentos licitatórios e assim cometeu o equívoco de aplicar em suas propostas uma marca diferente da disponibilizada.

Da Decisão

Conforme as análises dos alegados pela Recorrente decidimos pelo NÃO PROVIMENTO do Recurso Administrativo interposto pela licitante TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.


Jane Cássia Duarte Lima Barros
Presidente da Comissão Especial de Licitação