

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU - SC.

Ref. Concorrência nº 01/2023

CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede na rua José Carlos Daux, 600, Ed. Alfama, sala 203, João Paulo, Florianópolis/SC, inscrita no CNPJ sob nº 82.123.266/0001-96, por seu representante legal, o Sr. Thiago Filomeno, vem, em prazo tempestivo, perante vossa excelência, apresentar as presentes **CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS** interpostos por TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA, pelas razões que apresenta em anexo.

Após juízo negativo de retratação desta d. Comissão Especial de Licitação, requer sejam submetidas à autoridade superior as contrarrazões expostas a seguir, pugnando-se pelo desprovemento dos recursos administrativos.

Nestes termos, requer deferimento.

Florianópolis, 18 de novembro de 2024.

Thiago Fernandes Filomeno
CEO
Criação Propaganda e Publicidade LTDA

EXCELENTÍSSIMO (A) SENHOR (A) DIRETOR (A) GERAL DA CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU - SC.

Ref. Concorrência nº 01/2023

CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede na rua José Carlos Daux, 600, Ed. Alfama, sala 203, João Paulo, Florianópolis/SC, inscrita no CNPJ sob nº 82.123.266/0001-96, por seu representante legal, o Sr. Thiago Filomeno, vem, em prazo tempestivo, perante vossa excelência, apresentar as presentes **CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS** interpostos por TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., pelas razões que apresenta a seguir

I. CONTEXTUALIZAÇÃO

Trata-se de procedimento licitatório na modalidade concorrência, Edital nº 01/2024, promovido pela Câmara Municipal de Blumenau/SC, cujo objeto é *“a contratação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda.”*

O procedimento foi balizado pela Lei Federal 14.133/2021 e pela Lei Federal 12.232/2010, com apresentação de envelopes diversos, entre os quais, os de maior relevo são o envelope de nº 1, contendo o Plano de Comunicação Publicitária em Via não Identificada, e o envelope nº 3, o qual se destina à demonstração da capacidade de atendimento.

A sessão pública de recebimento dos envelopes e abertura dos envelopes nº 1 e 3 ocorreu em 30.10.2024, sendo então os conteúdos remetidos à Subcomissão Técnica para julgamento.

Após, em 06.11.2024, realizou-se nova sessão pública da licitação, onde compareceram os membros da Comissão Especial de Licitação e os representantes das licitantes envolvidas no processo. Na oportunidade, foram recepcionados os resultados do julgamento realizado pela Subcomissão Técnica em relação aos envelopes nº 1 e 3, abertos os envelopes nº 2, cotejados os conteúdos com aqueles dos envelopes nº 1 e identificação dos respectivos autores, procedendo-se à divulgação das notas e a classificação ou desclassificação das licitantes no processo, conforme quadro resumo a seguir:

LICITANTE	ENVELOPE 1	ENVELOPE 3	TOTAL	
Agência Inverte	103,5	42	145,5	DESCCLASSIFICADA
Agência Tempo Brasil	143,5	42	185,5	CLASSIFICADA
Agência E21	96,25	42	138,25	DESCCLASSIFICADA
Agência Hubcriação	139,5	42	181,5	CLASSIFICADA
Agência Tiriva	120	42	162	DESCCLASSIFICADA
Agência Engenho de Ideias	132,5	42	174,5	CLASSIFICADA

Contra o resultado do julgamento das propostas técnicas, as Recorrentes apresentaram os seus recursos, os quais são tratados nestas contrarrazões.

É o breve relato.

II. TEMPESTIVIDADE

Em atenção ao item 10 do Edital, fora concedido prazo de três dias úteis para interposição de recursos, mais três dias úteis para as contrarrazões, estas com vencimento aprazado para o dia 14.11.2024.

Entretanto, entre os dias 12 e 13 de novembro, o site da Câmara Municipal de Blumenau¹ permaneceu temporariamente indisponível, impedido o acesso à íntegra dos documentos do procedimento licitatório, inviabilizando a elaboração das contrarrazões.

¹ Disponível em: <https://camarablu.sc.gov.br/>.

A situação, por sua vez, foi reconhecida pela própria Câmara Municipal de Blumenau, a qual enviou comunicado² aos licitantes, estendendo o prazo para apresentação de contrarrazões até a data de 18.11.2024, às 19 horas.

Dessa forma, mostra-se tempestiva a apresentação das contrarrazões aos recursos.

III. SÍNTESE DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Os recursos apresentados pelas licitantes TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e ENGENHO DE IDEIAS E COMUNICAÇÃO LTDA., deslindam diversas questões no que toca ao julgamento das propostas técnicas dos licitantes, presentes nos envelopes de nº 1 – via não identificada - e 3 – via identificada. No que toca às questões que atingem a CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., sintetizam-se as suas razões adiante.

As razões recursais apresentadas pela TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA podem ser sumarizadas como se segue:

- a) Alegação de que as notas atribuídas às licitantes nos quesitos técnicos presentes nos envelopes pela Subcomissão Técnica não foram devidamente justificadas, em desrespeito ao art. 11, § 4º, inciso IV da Lei n. 12.232/2010 e item 7.4.4, alínea “c”, do Edital;
- b) Alegação de que houve violação à regra do Edital, posto não ter havido reavaliação das pontuações atribuídas quando a diferença entre a menor e a maior pontuação dada pelos avaliadores técnicos aos quesitos avaliados era maior ou igual a 20%, desatendendo o item 4.5.1 do Edital e art. 6º, inc. VII, da Lei 12.232/2010.

As razões recursais apresentadas pela ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. podem ser sintetizadas da seguinte forma, no que toca à Recorrida:

- a) Alegação de que o julgamento das propostas apresentadas no envelope nº 3 não considerou as exigências dispostas nos itens 4.4.2.5.6 e 4.4.2.5.7 do Edital, atribuindo pontuação máxima às licitantes, mesmo que estas deixassem de endereçar os critérios em suas propostas;

² Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/17314418896733b4e17f62f.pdf>.

- b) Alegação de que defeitos na proposta da Recorrida constante no envelope nº 1, a saber: 1. Não houve padronização da fonte e de seu tamanho na proposta apresentada; 2. A Recorrida apresentou peça que não consta na tabela referencial da Câmara Municipal de Blumenau, qual seja, a criação de um Personagem; 3. A recorrida apresentou proposta se utilizando de valores diversos daqueles referenciados na tabela da Câmara Municipal de Blumenau, utilizando-se dos valores da tabela Sinapro, violando o item 4.2.3.1.9 do Edital.

As questões suscitadas pelas Recorrente serão respondidas separadamente e em sequência, demonstrando-se que não merecem guarida, a fim de que se mantenha incólume a decisão pela classificação da Recorrida e prossiga-se às etapas subsequentes do certame.

IV. CONTRARRAZÕES RECURSAIS

IV.1. Do recurso apresentado pela TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

O **primeiro ponto** abordado pela TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. diz respeito à ausência de justificativa das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica aos critérios técnicos avaliados nas propostas apresentadas, em descumprimento aos termos do item 7.4.4, alínea “c” do Edital e art. 11, §4º, inc. IV da Lei n. 12.232/2010.

Eis o que determinam os comandos mencionados:

“7.4.4. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

(...)

c) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos Planos de Comunicação Publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Contratação, juntamente com as propostas, a planilha com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;”

“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.

(...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

(...)

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;”

Para fundamentar o seu argumento, a Recorrente cita decisão tomada no contexto da REP 20/00309229 do Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina, em que se deu a suspensão cautelar de certame com objeto semelhante pela ausência de justificativa das notas atribuídas.

Reconhece-se, nesse contexto, que as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica carecem da exteriorização da justificativa, o que não significa sua inexistência.

Ao atribuírem as notas, ainda que os avaliadores não tenham redigido em forma de texto as razões da pontuação atribuída a cada quesito quando do julgamento das propostas presentes nos envelopes de nº 1 e 2, é intrínseco ter havido a justificação de tais notas, e assim a própria definição dos pontos, restando carente apenas a exteriorização das justificativas.

Entretanto, em que pese haver razão parcial nas alegações da Recorrente, esta Recorrida entende que a solução ao caso deve ser diversa daquela intentada no pedido recursal. Explica-se.

Apesar de a Recorrente citar a decisão proferida a partir do Relatório DLC-508/2020 da REP 20/00309229, sobre o qual inclusive transcreve trechos, parece ignorar que a mesma decisão fora posteriormente reformada pelo TCE/SC, conforme se depreendo dos autos do processo.

O Relatório DLC 508/2020 foi emitido em 08.07.2020, tendo originado a Decisão Singular GAC/WWD – 683/2020, de 09.07.2020, que determinou a sustação da licitação sobre a alegada deficiência na motivação do julgamento técnico. Contudo, a Secretaria de Estado interpôs Pedido de Revisão, que, no entanto, foi autuado como Agravo em Processo sob nº REC 20/00352582, apensado aos autos da REP 20/00309229, sobrevivendo o Relatório DLC – 523/2020, de 10.07.2020 àqueles autos, e a Decisão Singular GAC/WWD – 692/2020, de 10.07.2020 nestes autos, e determinou ao Estado de Santa Catarina a possibilidade **saneamento** da licitação, mediante a apresentação das justificativas das notas atribuídas aos licitantes. Confira-se:

“Esclarecidos estes pontos, DECIDO:

1. Receber o Recurso de Agravo interposto pelo Senhor Jorge Eduardo Tasca, Secretário de Estado da Administração, em face da Decisão Singular n. GAC/WWD 683/2020, proferida nos autos do processo @REP 20/00309229, nos termos dos arts. 82 da Lei Complementar n. 202/2000, 141, §§ 2º e 3º da Resolução N. TC 06/2001 e 31 da Instrução Normativa N. TC-06/2015, e, no mérito, **dar provimento para diferir os efeitos da Cautelar concedida, mantendo as demais determinações exaradas na decisão recorrida, modificar unicamente o item 3 da referida decisão singular, o qual passará a ter a seguinte redação:**

2. Determinar, cautelarmente, ao Sr. Jorge Eduardo Tasca – Secretário de Estado da Administração, com base no art. 29 da Instrução Normativa nº TC-021/2015 em conjunto com o art. 114-A da Resolução nº TC-06/2001 (Regimento Interno), a sustação do procedimento de Concorrência nº 068/2019, para contratação de Agências de Publicidade e Propaganda no Estado de Santa Catarina, imediatamente após a sessão de abertura das propostas de preços, até manifestação ulterior que revogue a medida ex officio, ou até a deliberação pelo egrégio Plenário, **condicionando-se o resultado final da licitação ao atendimento das diligências necessárias ao saneamento da fase de análise e classificação das propostas técnicas, com as devidas justificativas da Subcomissão Técnica, em face da seguinte irregularidade, devendo a medida ser comprovada em até 05 (cinco) dias da data do encerramento da sessão de abertura das propostas de preços:**

2.1. Justificativas incompletas por parte da Subcomissão Técnica no julgamento das propostas técnicas relacionadas aos envelopes nºs 01 e 03, com ausência de motivação expressa e devida publicação da análise aos quesitos técnicos previstos no item 13 do Edital, subitens 13.1.2.1. a 13.1.2.7. por todos os membros da Subcomissão Técnica, violando o art. 11, §4º, incisos IV, V e VI da Lei nº 12.232/2010, bem como os princípios constitucionais da motivação dos atos administrativos, contraditório e ampla defesa, nos termos do art. 5º, LV da Constituição Federal (item 2.2.2 letra “a” do Relatório DLC 508/2020).” – grifou-se

A solução adotada no processo do TCE/SC citado pela Recorrente, portanto, foi **diversa** da que ela mesmo pretende adotar.

Pede-se vênua, desta forma, para a transcrição de trechos do relatório que fomentaram a decisão proferida:

“Neste aspecto, é importante ressaltar que no Relatório DLC – 508/2020, que instruiu o Processo REP 20/00309229, restou devidamente demonstrado que a irregularidade das “Justificativas incompletas por parte da Subcomissão Técnica no julgamento das propostas técnicas relacionadas aos envelopes nºs 01 e 03, com ausência de

motivação expressa e devida publicação da análise aos quesitos técnicos previstos no item 13 do Edital, subitens 13.1.2.1. a 13.1.2.7. por todos os membros da Subcomissão Técnica” decorreu também pela ausência da análise conclusiva, após a fase de diligência, da Comissão de Licitação.

Na Diligência realizada pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica em 13/05/2020 (fls. 10.042 a 10.047), foi exigida a exposição dos fundamentos concretos que conduzem ao entendimento adotado, bem como frisado “que a transparência não se traduz somente na mera divulgação das peças, mas também na clareza das informações disponibilizadas”.

Ocorre que ao receber a última Manifestação da Subcomissão Técnica (fls. 10.058 a 11.112 do Processo SEC 188/2019), caberia à Comissão de Licitação a verificação de que não houve qualquer detalhamento do julgamento dos quesitos técnicos em comparação com o julgamento inicial dos Recursos.

Da mesma forma, após os autos retornarem com o Despacho do Secretário de Estado da Administração, ora recorrente, acolhendo os termos do Parecer nº 475/2020/COJUR/SEA/SC, da Consultoria Jurídica como razão de decidir (fls. 10.140 do Processo SEC 188/2019), competia à Comissão de Licitação se manifestar sobre a Ausência de Justificativas.

O vício processual, relacionado à irregularidade decorrente da ausência de análise regular dos quesitos técnicos, conforme exige o art. 11, §4º, incisos IV, V e VI da Lei nº 12.232/2010, necessita, portanto, ser analisado pela Comissão de Licitação, que tem a autonomia para conduzir o processo da Concorrência nº 068/2019.

Retornando para a análise do recurso, em conformidade com o raciocínio exposto, aduz o recorrente que:

Conforme edital, a proposta de preços será julgada e irá compor a nota final para a devida classificação das empresas, na dependência do cumprimento das diligências já determinadas por esta Secretaria, bem como por Vossa Excelência.

Compreende-se desta afirmação que a proposta de preços apenas irá compor a nota final após o cumprimento das diligências, que incluem o saneamento da irregularidade objeto da Decisão GAC/WWD - 683/2020.

(...)

Em conclusão, os fundamentos para sugerir o deferimento da Cautelar concedida pela Decisão Singular nº GAC/WWD – 683/2020, se referem a **necessidade de complementação das justificativas relativas às notas técnicas.**

(...)

Consoante exposto, este fato foi reconhecido expressamente pelo recorrente. Desta forma, resta claro que a fase de julgamento e classificação das propostas técnicas não está concluída, necessitando de diligências para cumprir a decisão liminar proferida nos autos do MS nº 5020358-57.202.8.24.0000/SC, processar o pedido de reconsideração em sede administrativa – Processo SEA 6570/2020 e sanar a irregularidade objeto da Decisão Singular nº GAC/WWD – 683/2020.

Conforme já exposto, a decisão pelo prosseguimento é da Comissão de Licitação, que tem a autonomia e a responsabilidade pela condução da Concorrência nº 068/2019 e abertura das propostas de preços – envelope nº 04.

Todavia, há um limite que necessita ser imposto para o prosseguimento da licitação enquanto perdurar a irregularidade objeto da Decisão Singular n. GAC/WWD 683/2020, que é a classificação final dos licitantes. Ad cautelam, **não pode haver a finalização do julgamento das propostas técnicas e de preço, tanto pelo julgamento da proposta técnica ainda ser precário, quanto pelos riscos de indenização expostos no Parecer PAR 434/18, emitido no Processo SEC 267/2016, supramencionados.**

Portanto, excepcionalmente, em razão da organização administrativa da sessão pública e dos eventuais custos já realizados tanto pela Administração Pública como pelas licitantes para a participação da sessão de julgamento das propostas dos preços, adiada de ontem para a presente data, 10/07/2020, conclui-se pela possibilidade de dar provimento ao recurso para diferir os efeitos da decisão Cautelar de forma a determinar a sustação do procedimento de Concorrência nº 068/2019 para a contratação de Agências de Publicidade e Propaganda no Estado de Santa Catarina imediatamente após a sessão de abertura das propostas de preços, até manifestação ulterior que revogue a medida, ou até a decisão definitiva pelo egrégio Plenário, condicionando-se o resultado final da licitação ao atendimento das diligências necessárias ao saneamento da fase de análise e classificação das propostas técnicas, com as devidas justificativas da Subcomissão Técnica, em da irregularidade constante da Decisão Singular n. GAC/WWD 683/2020” – grifou-se.

Entende-se, portanto, que a melhor decisão, e que atende ao princípio da eficiência, economicidade e interesse público, não é a da anulação do edital como requer a Recorrente, medida desproporcional e inadequada. Do contrário, entende-se pertinente adotar a solução tomada como mote pelo próprio TCE/SC no caso mencionado pela Recorrente, qual seja, abrir a possibilidade de diligenciar-se à Subcomissão Técnica para que justifique as avaliações realizadas.

Após tais diligências, será possível abrir novo prazo para interposição de recursos com relação a estas notas, em obediência à transparência e igualdade entre os licitantes, concluindo,

após tal procedimento, o julgamento das propostas, e, par que, enfim, avance-se às demais etapas do certame.

Assim, requer-se, tal como decido pelo TCE/SC no processo 20/00352582, apensado aos autos da REP 20/00309229, sejam realizadas diligências para que a Subcomissão Técnica complemente o julgamento realizado, expondo as justificativas escritas e motivadas para as notas atribuídas, sem que haja a anulação do certame, medida desproporcional e cara ao interesse público visado.

O **segundo ponto** abordado pela Recorrente concerne à suposta violação do item 4.5.1 do Edital e art. 6º, inc. VII, da Lei 12.232/2010. Eis os comandos normativos mencionados:

“4.5.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito **sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito**, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste instrumento convocatório.” – grifou-se

“Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

(...)

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito **sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito**, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;” – grifou-se

A Recorrente, no entanto, faz interpretação equivocada do que o Edital e a Lei 12.232/2010 determinam. Na linha semântica adotada pela TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., a violação aos comandos ocorreria na hipótese de haver diferença percentual superior a 20% quando comparadas a *menor* e a *maior* nota atribuída pelos avaliadores a um determinado quesito de um licitante.

No entanto, tanto o item 4.5.1 do Edital, quanto o art. 6º, inc. VII, da Lei 12.232/2010, são clarividentes na determinação de que a reavaliação se dará no caso em que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% da pontuação máxima do quesito**.

Ou seja, a base percentual a ser adotada é a da pontuação máxima do quesito, e não a diferença percentual entre a maior e a menor pontuação, como entende a Recorrente.

Assim, tomado o critério escoreito do comando normativo, nota-se que não há qualquer vício na avaliação realizada com relação à Recorrida – ou no que toca a qualquer licitante. Expõe-se.

Esclarece-se, em primeiro lugar, que o Envelope D é o Envelope referente à Recorrida quanto as propostas apresentadas no Envelope nº 1, conforme elucida a Ata da Sessão Pública de Abertura dos Envelopes nº 2³:

Eis as pontuações atribuídas à CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA. ao envelope nº 1 pela Ata de Reunião da Subcomissão Técnica para avaliação dos envelopes nº 1⁴:

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA						
ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA						
ENVELOPE D						
QUESITOS TÉCNICOS	Percentual máximo	Pontuação máxima	Pontuação obtida pela agência Julgador 1	Pontuação obtida pela agência Julgador 2	Pontuação obtida pela agência Julgador 3	Pontuação final obtida pela agência
Raciocínio Básico	15%	10,5	9	10	10	29
Estratégia de Comunicação	20%	14	13	15	14	42
Ideia Criativa	25%	17,5	13	16,5	13	42,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	20%	14	7,5	9,5	9	26
TOTAL: 139,5						

Se aplicado o correto entendimento da discrepância de 20% em relação à pontuação máxima, têm-se que, para cada linha, a diferença entre as notas máxima e mínima não pode ser maior do que, respectivamente: 2,1 (linha 1 – 20% de 10,5), 2,8 (linha 2 – 20% de 14), 3,5 (linha 3 – 20% de 17,5) e 2,8 (linha 4 – 20% e 14).

As diferenças entre as notas máxima e mínima, no entanto são, respectivamente: 1 (linha 1 – 10 e 9), 2 (linha 2 – 15 e 13), 3,5 (linha 3 – 16,5 e 13) e 2 (linha 4 – 9,5 e 7,5). Ou seja, não houve, em nenhuma das linhas, qualquer diferença superior ao limite máximo presente na Lei 12.232/2010 e no Edital do certame.

³ Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/1730921630672bc49e20419.pdf>.

⁴ Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/1730930606672be7ae52ccc.pdf>.

A mesma adequação, aliás, repete-se em todas as demais tabelas e notas atribuídas, não havendo nenhuma discrepância se aplicada a correta interpretação do comando normativo.

Por esse motivo, não prosperam as razões alegadas pela Recorrente, sendo de rigor o afastamento de suas pretensões e manutenção da decisão contra a qual se insurge a Recorrente.

IV.2. Do recurso apresentado pela ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.

O primeiro ponto abordado pela ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. se atém ao envelope de nº 3, sobre o qual afirma que houve descumprimento por parte da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA dos critérios exigidos no item 4.4.2.5, subitens 4.4.2.5.6 e 4.4.2.5.7 do Edital, o que justificaria a redução da nota atribuída à Recorrente. Assim dispõem os itens mencionados:

“4.4.2.5. Capacidade de Atendimento serão considerados:

(...)

4.4.2.5.6. as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do Contrato; e

4.4.2.5.7. a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas que serão colocadas pela licitante à disposição do Poder Legislativo, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.”

Em princípio, e antes mesmo de abordar o correto cumprimento das exigências, cabe fazer duas considerações.

A primeira delas diz respeito à própria redação do Edital, qual seja, a delimitação do conteúdo que deveria ser apresentado no Envelope nº 3, conforme delineado no item 4.3.1, dispondo o que se transcreve adiante:

“4.3.1. Comprovação da capacidade de atendimento:

4.3.1.1. A comprovação da Capacidade de Atendimento deverá se dar por meio de:

4.3.1.1.1. quantificação e qualificação dos profissionais da licitante, demonstrado com currículo sintético, que informe o nome, formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação em que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: estudo e planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, bem como indicação do tipo de vínculo mantido com a licitante;

4.3.1.1.2. sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, abrangendo os prazos necessários, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha e a elaboração de plano de mídia;

4.3.1.1.3. relação dos clientes atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento.”

O item, desta feita, esgota a maneira pela qual se comprova a capacidade de atendimento, dispondo de todos os elementos necessários para que se realize a aludida comprovação.

No entanto, o item 4.4.2.5, que trata do julgamento da capacidade de atendimento, expõe que este se dará pela avaliação de elementos, porém parcialmente divergentes do que fora determinado para fins de conteúdo do Envelope nº 3, especialmente em relação aos subitens 4.4.2.5.6 e 4.4.2.5.7, por não corresponderem à descrição operacionalizada no item 4.3.1, denotando-se a dubiedade interna na redação do Edital.

A princípio, diante de tal situação, poderia ter sido inicialmente demandada a revisão do edital, mas o avanço da licitação impede a utilização tardia de regras novas, pena de ferimento ao princípio do julgamento objetivo e da vinculação ao instrumento convocatório, a afastar a possibilidade de se avaliar elementos que o próprio edital não exigiu no conteúdo da proposta técnica.

Além disso, é flagrante que a situação em testilha não prejudicou as licitantes em nenhum momento, o que evoca a segunda consideração.

Ora, a segunda consideração é a de que, independentemente da alegação da Recorrente, é notório que as notas atribuídas com relação ao envelope nº 3 foram as mesmas para todos os licitantes, não havendo, desta forma, qualquer prejuízo aos licitantes quanto ao seu julgamento.

Todos os licitantes obtiveram as notas máximas em relação ao conjunto de informações dos proponentes (envelope nº 3), de modo que a dubiedade restou superada, não havendo implicações prejudiciais a nenhum dos licitantes, mantendo-se hígido o princípio da isonomia.

Neste passo, o princípio da eficiência e do formalismo moderado admoestam para o fato de que, não havendo qualquer prejuízo às licitantes, o procedimento deve continuar inalterado, sob risco de comprometer o interesse público ao dispender recursos e procedimentos desnecessários.

Deste modo, além de impossível cogitar descumprimento das exigências editalícias pela licitante que seguiu à risca o que disposto no item 4.3.1 do Edital, também é impossível cogitar qualquer anulação ou medida semelhante, visto que o caminho mais eficiente e ligado ao interesse público é a manutenção das avaliações realizadas, diante da ausência de qualquer dano ou prejuízo aos licitantes ou à Administração Pública.

É o que, aliás, determina o art. 55 da Lei Federal 9.784/99:

“Art. 55. Em decisão na qual se evidencie não acarretarem lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, os atos que apresentarem defeitos sanáveis poderão ser convalidados pela própria Administração.”

Eis, então, a melhor solução à questão. Nada obstante, relevante assinalar que, mesmo que o entendimento adotado seja diverso, a Recorrida cumpre plenamente com o que lhe foi exigido.

No envelope nº 3⁵ apresentado pela CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., quando há descrição da sistemática de atendimento, a Recorrida descreve minuciosamente como ocorrem as etapas para cumprimento das demandas de seus clientes. Ao fazê-lo, não só descreve os procedimentos adotados, como expõe diversas informações de marketing e comunicação, expondo a relevância das informações que serão trazidas, o que dá pleno cumprimento ao item 4.4.2.5.7, incorporando-o à descrição realizada.

De modo equivalente, ao descrever a sistemática de atendimento, bem como detalhar os serviços operacionalizados pela Recorrente aos seus diversos clientes, deixa claro as tecnologias e ferramentas utilizadas, além da infraestrutura que possui para atendimento das demandas da possível contratante, inclusive no que toca ao próprio município de Blumenau, a quem já prestou diversos serviços semelhantes, restando implícita sua capacidade nos termos exigidos no item 4.4.2.5.6 do edital.

⁵ Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/1730929898672be4eac4ca2.pdf>.

Deste modo, os critérios exigidos nos aludidos itens estão incorporados nos demais elementos presentes no envelope nº 3 da Recorrida, sendo impossível sequer cogitar descumprimento a justificar alteração de sua nota, e muito menos a sua desclassificação. Deste modo, impertinentes as razões alegadas pela Recorrente, motivo pelo qual devem ser afastadas.

O **segundo ponto** abordado pela Recorrente se debruça sobre três aspectos que reputa ilegais na proposta apresentada pela Recorrida no Envelope de nº 1, inerente ao *Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada*.

A **primeira alegação** da Recorrente é de ausência de padronização da fonte e seu tamanho no documento da proposta. Nesse aporte, faz referência à esclarecimento prestado pela Administração da Câmara Municipal de Blumenau, em que se afirma a necessidade de o documento ser redigido em fonte Arial, tamanho 12, com numeração de páginas com o mesmo padrão de fonte e tamanho. Com base nisso, junta prints do documento de proposta da Recorrida, sugerindo a não padronização e conseqüente desclassificação.

Inicialmente, convém refutar a premissa da Recorrente, pois não corroborada a suposta variação no tamanho da fonte da proposta da Recorrida, o que exigiria prova pericial.

Desse modo, o pedido da Recorrente de desclassificação da proposta técnica da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA. deve ser julgado improcedente, porque a Recorrida obedeceu aos limites do Edital e sua proposta técnica respeita as regras de apresentação fixadas nos itens 4.1 e 4.2 do Edital, que sequer dispunham sobre o tamanho de fonte a ser utilizada pelos licitantes.

E, mesmo considerando a resposta ao pedido de esclarecimentos, indicativa da utilização de fonte tamanho 12, não há descumprimento substancial na proposta da Recorrida, podendo tratar-se, no máximo, de falha formal sem qualquer repercussão substancial aos propósitos da licitação em comento, devendo permanecer classificada a proposta, em respeito aos princípios da competitividade e busca da proposta mais vantajosa.

Cumprir observar que a preocupação editalícia quanto à necessidade de um padrão de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária visa **garantir a não identificação do autor** da proposta técnica, cumprindo ao intento da Lei n. 12.232/10.

Nesse aspecto, a proposta técnica da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA. está em perfeita harmonia com as regras do Edital.

E mesmo que se houvesse a diferença ínfima no tamanho utilizado na fonte da numeração da página, ainda assim não há razão a sustentar o pedido de desclassificação da Recorrida.

Trata-se de argumento risível da Recorrente supor que eventual variação no tamanho da fonte do número da página poderia causar a identificação do respectivo autor da proposta. Note-se que ao tempo em que foram abertos os envelopes nº 01 dos licitantes, contendo as respectivas propostas técnicas, todos os prepostos das licitantes tiveram vistas das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, não tendo sido aposto nenhuma objeção a estes documentos, havendo, inegavelmente, concordância tácita quanto à regularidade da apresentação das propostas técnicas.

Nem mesmo ao tempo da realização da segunda sessão, em 06.11.2024, novamente não houve objeção específica quanto ao ponto. Nesse passo, a ausência de contrariedade da Recorrente no momento em que tiveram vistas das propostas técnicas torna precluso o inconformismo ora aventado.

Ao menos, ainda que passível de conhecimento a matéria, a falta de qualquer apontamento tanto dos membros da Comissão Especial de Licitação quanto dos prepostos dos licitantes é evidência incontestada da certeza de ausência de identificação dos autores das propostas técnicas, exatamente conforme preconizado no artigo 6º, incisos IV e XII, da Lei n. 12.232/10⁶.

Em linha, a Subcomissão Técnica não apôs na ata de julgamento das propostas técnicas concernentes ao Plano de Comunicação Publicitária nenhum registro que pusesse em suspeita a identificação dos autores, o que confirma o julgamento às cegas dessas propostas.

⁶ Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

XII - será vedada a oposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

Flagrantemente, **inexistiu violação do preceito legal de julgamento das propostas técnicas sem a identificação dos respectivos autores**, sobrevivendo pontuação resultante unicamente da avaliação dos *conteúdos* das respectivas propostas, cujas notas foram atribuídas aos licitantes provisoriamente nominados de A; B; C; D; E e F, para então, finalizado o julgamento da segunda parte das propostas técnicas, realizar-se o cotejo e assim associar as propostas técnicas já pontuadas aos respectivos autores.

Salta aos olhos ter havido respeito total às determinações legais e ao procedimento fixado no edital, tendo havido julgamento das vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária dos seis concorrentes ao certame sem qualquer mácula ao escopo legal de não identificação dos autores.

Nesse toar, o pedido da Recorrente revela apego exagerado, excessivo, denotando formalismo desconectado à substância das propostas, pois é latente a inexistência de identificação do autor da proposta em função da eventual diferença ínfima no tamanho da fonte da numeração das páginas, porquanto se tratada de questão evidentemente formal, e que nada influi em qualquer conteúdo substancial do procedimento licitatório.

Sobre o excesso de formalismo, cita-se enunciado do TCU presente no Acórdão 357/2015 – Plenário:

“Falhas formais, sanáveis durante o processo licitatório, não devem levar à desclassificação da licitante. **No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo**, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados.” – grifou-se

Ora, desclassificar qualquer licitante por questão tão banal é tresloucado, de modo que sequer se merece a extensão nesse ponto. Assim, notória a inviabilidade de se fazer prosperar o argumento da Recorrente nesse aspecto.

A **segunda alegação** explanada pela Recorrente diz respeito à suposta apresentação, por parte da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA., de peças que não constam da Tabela Referencial. Nesse sentido, evoca o Termo de Ajustamento de Conduta celebrado entre o MPSC e

a Câmara Municipal de Blumenau, presente no preâmbulo do Edital de Concorrência nº 01/2024, o qual determina:

“É vedada a contratação, solicitação, execução e pagamento de qualquer serviço ou produto que não faça parte da Tabela Referencial da Câmara, constante no Anexo III, do presente edital (Obrigação prevista com base no termo de Ajustamento de Conduta N.º 0002/2018/14PJ/BLU celebrado entre MPSC e Câmara Municipal de Blumenau)”

A afirmação de que a Recorrente descumpra com os termos do Edital, utilizando de peça ausente na Tabela de Referência, dá-se com base no fato de que a Recorrida indicou no seu Plano de Comunicação Publicitária a utilização de Personagem, elemento ausente naquela tabela.

No entanto, a Recorrente confunde-se ao afirmar que o aludido personagem se trata de uma peça publicitária. Distante disso, a personagem identificada por *Cami*, a que a proposta do Envelope nº 1 faz referência, é elemento que circunda todas as peças publicitárias apresentadas, constituindo não uma peça autônoma, mas um recurso estratégico a ser utilizado na campanha publicitária simulada.

A título comparativo, é como se a personagem criada fosse uma atriz que compõe as peças a serem divulgadas, seja por meio de vídeo, spot, anúncio de jornal etc.

Ora, como é bem sabido pela Recorrente, uma atriz não é uma peça publicitária autônoma, mas um elemento que compõe as peças apresentadas, sendo mesmo desatinado concluir pelo contrário. Do mesmo modo, um personagem criado a partir de inteligência artificial não pode ser interpretado como peça publicitária, sendo mais adequado compará-lo a um ator do que a um folheto, por exemplo.

Aliás, quando a proposta da Recorrida descreve as peças publicitárias de forma específica, não faz qualquer referência à personagem *Cami* como uma peça em específico, nominando apenas as seguintes peças: (i) comercial de televisão de 30', (ii) spot de rádio de 30', (iii) anúncio ¼ de página, (iv) vídeo 30' para internet; (v) vídeo no formato *reel*; e (v) totem, todas elas com equivalência na Tabela de Referência da Câmara Municipal de Blumenau.

Por essa razão, é impossível concluir que a proponente trata da personagem *Cami* como se fora uma peça publicitária. Também é inverossímil concluir que a personagem poderia, de algum

modo, ser assim considerado. De rigor, portanto, o afastamento das razões apresentadas, julgando-se improcedente o recurso administrativo.

A **terceira alegação**, por fim, toca na ideia de que os valores alusivos a *custos de criação* da tabela apresentada na proposta da Recorrida não conferem com os valores da Tabela Referencial da Câmara Municipal de Blumenau, dando a entender que foram utilizados os valores da tabela do Sinapro, de praxe em procedimentos licitatórios com objeto semelhante.

Para o fim de exemplificar o suposto desajuste, faz referência ao valor de custo de criação de $\frac{1}{4}$ da página, o qual segundo a Tabela de Referência, seria o de R\$ 578,20. No entanto, na proposta da Recorrida, o valor adjudicado seria o de R\$ 462,56. Assim, conclui pela violação ao item 4.2.3.1.9 do Edital, a fomentar a desclassificação da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA. Leia-se:

“4.2.3.1.9. será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial”

Quanto ao alegado, cumpre realizar necessários esclarecimentos.

Em primeiro lugar, é incorreta a afirmação de que os valores de referência utilizados pela Recorrida são aqueles da tabela Sinapro. Na tabela mais recente do Sinapro⁷, têm-se o seguinte com relação aos valores de anúncios em jornais:

A/ ANÚNCIO PARA REVISTA, JORNAL E PUBLICIDADE LEGAL		
ITEM		VALOR
1	Até 1/4 página	R\$ 1.263,74
2	Até 1/2 página	R\$ 1.752,26
3	Até 1 página	R\$ 2.735,46
4	Página dupla	R\$ 3.644,46
5	Encarte – por página	R\$ 2.432,35

Observe-se que o preço referencial Sinapro para o custo de criação do anúncio em jornal até $\frac{1}{4}$ de página é de R\$ 1.263,74. Trata-se, portanto, de quantia que em muito supera o valor lançado pela CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA em sua proposta, de pronto afastando a

⁷ Disponível em: https://www.sinaprosc.com.br/fmanager/sinapro2017/valores_referenciais/arquivo5_1.pdf. Acesso em: 13.11.2024.

falsa premissa da Recorrente de que a Recorrida teria se valido da tabela Sinapro em detrimento da tabela referencial constante nos anexos do edital.

Em segundo lugar, é relevante fazer a leitura atenta do que disposto ao Edital no item 4.2.3.1.5, que enfatiza a obrigação mencionada pela Recorrente:

“4.2.3.1.5 na formulação do quesito campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente da Câmara Municipal de Blumenau;”

O item é claro no sentido de que os valores a serem utilizados são os da Tabela Referencial da Câmara Municipal de Blumenau. No entanto, o item em nenhum momento determina que se deve utilizar os valores *cheios* da tabela, simplesmente mencionando a necessidade de sua referência.

Mais do que isso, a Câmara Municipal de Blumenau é bastante clara ao dispor que é possível aplicar descontos aos valores da Tabela. Explica-se.

O documento *Respostas ao Pedido de Esclarecimentos n. 2⁸*, da Comissão Especial de licitação, é cristalino ao indicar a contemplação de *desconto* na Tabela Referencial, conforme a resposta ao questionamento de nº 7:

7) O item 4.2.3.1.2 cita que a verba de R\$ 220.000,00 deve ser utilizada para o “cálculo da distribuição dos custos de **produção e veiculação** da campanha”. A mesma orientação consta no item 15 do briefing, que diz: “Investimento da campanha (**produção e mídia**): R\$ 220.000,00”. Entretanto, o item 7 do briefing cita que “Todos os custos de **criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência** deverão estar contidos na verba destinada para a campanha”. Da mesma forma, a tabela do anexo único tem uma coluna específica para **Custos Internos**, e o item 4.2.3.1.5 diz que as agências deverão utilizar os custos de criação da “Tabela Referencial de Preços vigente da Câmara Municipal de Blumenau”. Ou seja, há informações contraditórias. Em determinados momentos, é citado que a verba de R\$ 220.000,00 é **exclusiva** para produção e mídia. Em outros, inclusive na tabela do anexo único, é pedido que sejam considerados custos internos de criação. Que orientação deve ser seguida? As agências devem apresentar custos internos de criação? Se devem apresentá-los, este valor deve estar previsto dentro dos R\$ 220.000,00 ou pode ser considerado fora deste montante, deixando os R\$ 220.000,00 somente para produção e mídia? **R: Os custos de produção são custos internos da agência e deverão contemplar o desconto na Tabela Referencial da Câmara, nos termos dos itens 4.2.3.1.5, 5.6.1 e Anexo II (item 1.1.1.)**

⁸ Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/17292787276712b3072e8f7.pdf>.

Nota-se que a resposta dada pela Câmara Municipal de Blumenau não só aponta, de forma clarividente, a possibilidade de aplicação de descontos, como faz referência explícita ao item 5.6.1 do Edital, o qual expõe:

5.6.1. Percentual de desconto uniforme sobre os custos dos serviços internos, baseado na Tabela Referencial de Preços da Câmara Municipal de Blumenau:|

DESCONTO	PONTOS
0%	0
15%	15
20%	20
25%	25
30%	30
35%	35
40%	36
45%	37
50%	38
55%	39
60%	40
65%	42
70%	44
100%	45

O item 5.6.1, por sua vez, além de permitir o desconto sobre os custos dos serviços internos baseado na Tabela de Referência de Preços da Câmara Municipal de Blumenau, utiliza-o como critério para pontuação ao tempo do julgamento das propostas de preços. A conclusão evidente é que o desconto é não só permitido, como fomentado. Foi justamente esse desconto que foi aplicado pela Recorrida.

Em termos concretos, o valor de R\$ 462,56 do anúncio de jornal $\frac{1}{4}$ da página nada mais é do que a aplicação de desconto de 20% sobre o valor de referência, qual seja, 20% sobre R\$ 578,20.

Com isso, fica bastante evidente que os valores utilizados pela CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA na sua proposta obedecem, com precisão, os valores referenciados na Tabela de Referência da Câmara Municipal de Blumenau, com desconto de 20%, este que é permitido e fomentado. Deste modo, não há qualquer mácula na conduta da Recorrida.

Contudo, ainda que por tergiversação interpretativa se negasse a lógica semântica exposta, é importante ressaltar que a proposta apresentada pela CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA não extrapolaria o valor máximo estimado – R\$ 220.000,00 –, na medida em que, mesmo que fossem considerados os valores *cheios* da Tabela de Referência na proposta, nada impede que a Recorrida incutisse valores diversos nos demais elementos da sua proposta,

especialmente os valores a título de “terceiros”, cuja monta não é fixada em qualquer lugar do Edital e seus anexos.

Nota-se, por exemplo, que houve licitantes que sequer apresentaram valores a título de “terceiros” ou “honorários”, como fez a CRIAÇÃO, limitando sua proposta aos elementos “mídia/veiculação” e “custos internos”. É o caso da proposta presente no Envelope “A”:

MEIO	PEÇAS	CUSTOS		
		Mídia/ Veiculação	Internos	Valor total
Televisão	Comercial 15 segundos	R\$ 69.958,75	R\$ 3.094,42	R\$ 73.053,17
Rádio	Comercial 30 segundos	R\$ 27.131,58	R\$ 1.650,33	R\$ 28.781,91
Jornal	Anúncio Indeterminado	R\$ 4.849,96	R\$ 1.138,27	R\$ 5.988,23
Internet	Anúncio em formato de banner digital	R\$ 11.800	R\$ 1.566,92	R\$ 13.366,92
Mídia	Painel de LED, Facebook/ Instagram Posts (Patrocinados), Google Ads/ Youtube	R\$ 68.670	R\$ 2.292,21	R\$ 70.962,21
Não mídia	Cartazes, Folders, E-mail marketing, Redes Sociais (Instagram, Facebook e WhatsApp) orgânico, Landing Page	R\$ 8.250,00	18.391,02	R\$ 26.641,02
Outros				
Total dos custos de produção dos serviços internos				R\$ 28.132,17
Total dos custos de veiculação				R\$ 190.660,29
TOTAL GERAL				R\$ 218.792,46

Também é o caso da proposta presente no Envelope “C”:

MEIO	PEÇAS	CUSTOS		
		Mídia/ Veiculação	Internos	Valor total
Televisão	1	97.966,00	3.094,42	101.060,42
Rádio	1	19.620,00	1.650,33	21.270,33
Jornal	1	9.163,52	1.138,27	10.301,79
Internet	1	23.500,00	1.566,92	25.066,92
Mídia	4			
Não Mídia		1.300,00	1.052,16	2.352,16
Outros			59.095,47	59.095,47
Total dos custos de produção dos serviços internos				67.597,57
Total dos custos de veiculação				151.549,52
TOTAL GERAL				219.147,09

A ausência de tais elementos evidencia a flexibilidade que a Câmara Municipal de Blumenau permitiu aos licitantes para compor os valores de suas planilhas.

Não bastasse a flexibilidade consubstanciada na própria presença ou ausência de elementos na tabela, os próprios valores dispostos em cada um dos elementos são deveras diversos, inclusive quando comparadas a proposta apresentada pela CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA e a própria proposta da Recorrente, que veio a ser identificada como a autora da Proposta “F”. Observe-se a proposta da Recorrida:

Meio	Peças	CUSTOS				VALOR TOTAL (R\$)
		Mídia / Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	
Televisão	Merchandising 60" + VT 30"	85.548,00	5.674,54	60.000,00	9.000,00	160.222,54
Rádio	Spot 30"	27.699,36	1.725,93	800,00	120,00	30.345,29
Jornal	Anúncio 1/4 Página Cor	5.400,00	462,56	-	-	5.862,56
Internet	Video 30"	10.665,00	427,44	5.000,00	750,00	16.842,44
Mídia		-	-	-	-	-
Não mídia	Reels / Totem	-	1.506,90	4.500,00	675,00	6.681,90
Outros		-	-	-	-	-
Total dos custos de produção						90.642,37
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)*						129.312,36
TOTAL GERAL						219.954,73

Eis, por sua vez, a proposta da Recorrente⁹:

⁹ Disponível em <https://camarablu.sc.gov.br/images/upload/1730928518672bdf86162ff.pdf>.

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR TOTAL(R\$)
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	
Televisão	1	53.990,00	3.094,42	4.200,00	630,00	61.914,42
Rádio	1	81.022,80	2.157,42	1.600,00	240,00	85.020,22
Jornal	1	14.658,88	775,53			15.434,41
Internet	3	14.315,80	6.228,26			20.544,06
Mídia						
Não Mídia	5.002		7.522,42	18.850,00	2.827,50	29.199,92
Outros	1		1.589,83			1.589,83
Total dos custos de produção						33.522,50
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)						163.987,48
TOTAL GERAL						218.877,86

Nada obstante a Recorrente questione a exequibilidade dos valores apresentados a título de *custos internos* por suposta erronia frente aos valores da Tabela Referencial, é relevante notar que enquanto a Recorrida indicou custos totais de produção em R\$ 90.642,37, a Recorrente teve alocado neste conjunto a cifra de R\$ 33.522,50. Ou seja, a proposta da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA inclui custos que são quase o triplo dos que dispostos pela ENGENHO DE IDEIAS, e mesmo assim, esta insiste no contraditório argumento de que os valores apresentados pela Recorrida são inexecutáveis por serem inferiores aos ventilados na Tabela Referencial *cheia*.

Não se questiona, contudo, a exequibilidade da proposta da Recorrente. Do contrário, a diferença nos valores somente repisa a noção de que há clara flexibilidade na composição dos custos, não havendo margem para o questionamento impetrado pela Recorrente, o qual além de impertinente, é contraditório.

Nessa via, a violação ao item 4.2.3.1.9 inexistente. Em último caso, a realização de diligências seria mais do que o suficiente para o ajuste da proposta – ainda que, em verdade, desnecessário -, mantendo-se o valor apresentado abaixo do valor limite da verba referencial, sendo evidente que a regra do edital foi observada, eis que o montante total da campanha simulada pela Recorrida foi de R\$ 219.954,73, aquém do teto de R\$ 220 mil.

Por fim, a ideia de que a proposta da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA deveria ser desclassificada diante da diferença em monta irrisória de R\$ 115,64 (diferença entre o valor cheio da tabela – R\$ 578,20 - e o valor com aplicação de 20% de desconto – R\$ 462,56) beira

o absurdo. A alegação é quase tão impertinente quanto o argumento de que a proposta deveria ser desclassificada por não se utilizar integralmente da fonte Arial, tamanho 12, na sua redação.

Situação similar ocorreu em licitação realizada pela FIESC, cuja proposta foi mantida e, ante a insurgência de concorrente, levada à análise do Poder Judiciário, nos autos do processo nº 0304012-47.2015.8.24.0023 do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, cuja sentença traduz, com precisão, a irrelevância da tese levantada:

“A autora quer a revisão da nota da licitante Free Reichert Comunicações Ltda., desconsiderando a pontuação atribuída no quesito economicidade em relação ao lote 2, com a consequente desclassificação da vencedora do certame.

Não vejo consistência na tese da autora.

Ela se apega, com efeito, a uma nota atribuída à litisconsorte em uma das etapas. Aponta que deveria ser elaborada uma campanha publicitária para apreciação do Poder Público, mas que haveria de se atentar a um orçamento previamente fixado. Dos R\$ 700.000,00 que se poderiam investir, entretanto, a autora previu gastos reais de R\$ 700.481,00. Quer dizer, por esses R\$ 481,00, uma miserável fração, quer-se aplicar uma nota zero em tal quesito, de sorte a, então, jurisdicionalmente se reverter apreciação administrativa.

Protesta-se, como de praxe, por princípios constitucionais, evocam-se valores maiores, discutem-se premissas filosóficas com as quais a impetrante não transige, trazem-se fundamentos irrenunciáveis; mais do que uma defesa de direito próprio, quer-se preservar a pureza do sistema jurídico. **Mas, para mim, tudo isso é um debate sobre bagatela, algo que não deveria jamais ser trazido a juízo. Sem plena sinceridade (o protocolo forense me impede de expor exatamente a linguagem que usaria coloquialmente), cuida-se de uma estratégia bacharelesca para a hipertrofia judicial, que passa a ser mais do que um autêntico árbitro imparcial dos relevantes desacertos ou acertos administrativos um caminho para uma segunda tentativa. Uma segunda tentativa de tudo.**

Não fosse irrazoável de todo modo a eliminação de uma proposta por um erro que seria de 0,068% (note-se bem: menos de 0,1%), as razões administrativas para rejeitar a impugnação já são até mais convincentes.

Ali está posto (na resposta ao recurso havido no contexto da concorrência) que os polêmicos R\$ 500,00 que seriam gastos em publicidade em terminal de ônibus (e que levaram ao pecado mortal, ao menos ante a balança de farmacêutico da autora) **eram mesmo indiferentes, pois a campanha que foi efetivamente apresentada não considerou o produto que diria respeito ao tal investimento.**

Com simpática síntese, a comissão expôs isto, ao negar provimento a apelo havido na licitação:

Referente ao recurso apresentado pela empresa OneWG sobre a revisão da nota da licitante Free no quesito Estratégia de Mídia por ter extrapolado a verba estipulada verificou-se que o erro apontado no somatório da planilha de mídia não implicou na extrapolação do teto designado pelo briefing, considerando que a licitante não apresentou o item (mobiliário terminal urbano Florianópolis) na Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa (página 12), assim como na Estratégia de Mídia (página 15).

A citação da mídia consta apenas no anexo, porém sem ter o valor computado ao final, conforme as planilhas dos anexos 26 e 31. Desta forma, julgou-se que não há comprometimento no valor da campanha.

Eis uma exposição racional. Se houve erro material ao se apontar um item, mas é possível perceber que ele, na realidade, não foi levado em conta para nenhum fim, agiu muito bem a comissão ao habilitar a proposta. Está-se diante de um procedimento administrativo, não de gincana.

Assim, julgo improcedente o pedido.” – grifou-se

Em suma, o debate sobre tal bagatela caracteriza estratégia espúria, apegada a formalismos inúteis de valor tão ínfimo, que corresponde a meros 0,05% do valor total da proposta apresentada – R\$ 219.954,73 -, mais se assemelha ao desespero do que a uma demanda válida.

Ademais, a rigor houve a observância do limite da verba referencial pela Recorrida, bem como inexistiu vantagem na distribuição dos valores alusivos aos custos de criação, especialmente porque, fosse o caso, poderia haver compensação com os custos de terceiros, e de qualquer forma o limite de R\$ 220 restaria preservado, sendo prova inconteste da ausência da vantagem o fato de que para o mesmo conjunto despesas – os custos totais de produção – a Recorrida reservou mais de R\$ 90 mil, contra pouco mais de R\$ 33 mil pela Recorrente, portanto, não obteve a Recorrida vantagem alguma ao aplicar a orientação do esclarecimento ao edital de que deveria considerar o *desconto* sobre a Tabela Referencial anexa ao edital.

Por estes motivos, os argumentos da Recorrente devem ser afastados, mantendo-se incólume a decisão exarada para fins de classificação da proposta da CRIAÇÃO PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA.

V. REQUERIMENTOS

Ante o exposto, requer-se o desprovemento de ambos os recursos apresentados pelas empresas TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., nos termos das contrarrazões apresentadas nesta manifestação, a fim de que seja mantida a r. decisão do(a) senhor(a) pregoeiro(a), a qual classificou a proposta da Recorrente no presente certame.

Subsidiariamente, requer-se, quanto às justificativas escritas e motivadas das pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica às licitantes, que sejam realizadas diligências para que esta justifique as notas atribuídas, a exemplo da solução adotada pelo Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina na REP 20/00309229, dando-se espaço à nova manifestação recursal por parte das licitantes, no que toca aos motivos apresentados para tal.

Florianópolis, 18 de novembro de 2024.

Thiago Fernandes Filomeno
CEO
Criação Propaganda e Publicidade LTDA