

ATA DE REUNIÃO DE TRABALHO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO DA FASE RECURSAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Nos dias 19 e 20 de setembro de 2024, reuniram-se os membros desta Subcomissão Técnica para julgamento da fase recursal das Propostas Técnicas da Concorrência nº 01/2024, tipo Melhor Técnica, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, em observância à Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, bem como a Instrução Normativa SECOM nº 1/2023 e Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023. Após julgamento proferido por esta Subcomissão Técnica, houve a divulgação do resultado na sessão do dia 30 de agosto de 2024 que prosseguiu com a abertura do prazo recursal, onde foi impetrado recurso pela Agência Bastos Propaganda (Campanha: Injeção de valor e respeito à nossa saúde) e em sequência as contrarrazões pela Agência Nimbus Publicidade (Campanha: O valor da enfermagem se mede pelas ações), conforme documentos remetidos pelo Agente de Contratação. Dando início aos trabalhos, esta Subcomissão Técnica decidiu por conduzir o julgamento do Recurso e Contrarrazão em paralelo, analisando os argumentos e pedidos conforme critérios de julgamento definidos no instrumento convocatório, avançando na seguinte pauta:

- **Raciocínio Básico**

Recurso: foi solicitado a revisão da nota no respectivo subquesto da campanha “Injeção de valor e respeito à nossa saúde” onde a recorrente afirmou que demonstrou conhecimento sobre as necessidades de características do conselho, além de compreender sua atuação. Afirma também que em seu raciocínio básico é possível identificar a busca pela adequação às necessidades de comunicação do conselho, com pertinência e coerência para vencer o desafio de comunicação e objetivo do briefing, transcrevendo trechos.

Contrarrazões: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando que no recurso não foi apontado quais atributos de julgamentos específicos devem ter a nota modificada, tampouco aponta qual seria a nova nota pleiteada. Afirma também que o recurso não refutou os motivos / comentários apresentados por cada julgador na planilha de julgamento e também não apontou a análise/nota de qual julgador deveria ser revista, e, citou exemplos de falhas como texto confuso, texto de difícil compreensão e texto superficial.

Análise: os argumentos apresentados no recurso já foram considerados na análise do Invólucro nº 01, sendo seus acertos, bem como suas falhas pontuados na planilha, conforme critérios definidos nas alíneas a, b e c, item 12.2.1.1 do edital. A recorrente explica sua abordagem realizada no subquesto, porém, tal explicação não corrige a falta de aprofundamento dos textos apresentados no Raciocínio Básico, bem como a falta de riqueza no estudo e a explanação de confuso entendimento na vinculação dos atributos, sendo um parecer consolidado de todos

os julgadores. Desta forma, esta Subcomissão Técnica entende que não existem motivos para revisão das notas, mantendo o julgamento proferido.

- **Estratégia de Comunicação**

Recurso: foi solicitado a revisão da nota no respectivo subquesto da campanha “Injeção de valor e respeito à nossa saúde” onde a recorrente afirmou que desde a concepção do mote, o núcleo conceitual da estratégia, ficou clara a adequação ao partido temático e do conceito à natureza e às atividades do COREN, explicando o mote “Valorizar é cuidar” e as possibilidades de interpretações positivas do conceito por meio do slogan “Injeção de valor e respeito à nossa Saúde”, explicando o duplo sentido da palavra injeção, que mote e slogan se complementam e sua capacidade de demonstrar conhecimento do Conselho, desafio e objetivo de comunicação. Detalha também que a proposta gerou ricas possibilidades de formatos (TV, OOH, Digital, Rádio, Impressos) e exequível.

Contrarrazões: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando que novamente no recurso não foi apontado quais atributos de julgamentos específicos devem ter a nota modificada, tampouco aponta qual seria a nova nota pleiteada. Afirma também que o recurso não refutou os motivos / comentários apresentados por cada julgador na planilha de julgamento e também não apontou a análise/nota de qual julgador deveria ser revista, e, citou exemplos de falhas como conceito confuso, conceito com possíveis interpretações desfavoráveis, interpretações negativas, talvez até pelo fato de injeção remeter a algo ruim e traumas para algumas pessoas.

Análise: os argumentos apresentados no recurso já foram considerados na análise do Invólucro nº 01, sendo seus acertos, bem como suas falhas pontuados na planilha, conforme critérios definidos nas alíneas a, b, c, d, e, f, item 12.2.1.2 do edital. A recorrente explica sua abordagem realizada no subquesto, porém, tal explicação não corrige as falhas relacionadas a falta de clareza e consistência dos textos apresentados na Estratégia de Comunicação, bem como a falta de aprofundamento nas defesas do conceito e partido temático. Também não altera as interpretações negativas relacionadas ao slogan, pois para muitos INJEÇÃO é associada a dor e trauma, que impacta negativamente a mensagem a ser transmitida e o objetivo de comunicação, sendo um parecer consolidado de todos os julgadores. Desta forma, esta Subcomissão Técnica entende que não existem motivos para revisão das notas, mantendo o julgamento proferido.

- **Ideia Criativa**

Recurso: foi solicitado a revisão da nota no respectivo subquesto da campanha “Injeção de valor e respeito à nossa saúde” onde a recorrente afirmou que as peças da campanha ilustram o alinhamento com a estratégia de comunicação, com conteúdos que destacam a mensagem de forma clara e objetiva, guardando pertinência da solução criativa com a natureza do COREN, sendo capazes de vencer o desafio de comunicação e atingir os objetivos. Destaca que as peças exemplificadas possuem variação de textos, imagens e formatos que promovem maior adequação ao perfil dos segmentos de público-alvo, conservando a eficácia

de uma comunicação capaz de gerar percepção para o Conselho. Defende a combinação de conceitos de valorização e cuidados com o mote adotando abordagem original, criativa e clara da temática, atraindo o público, promovendo conscientização com interpretações favoráveis, conservando também a exequibilidade das peças e todos elementos propostos.

Contrarrrazões: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando que o recurso segue com os mesmos erros ao não apontar quais atributos de julgamentos específicos devem ter a nota modificada, tampouco aponta qual seria a nova nota pleiteada. Afirma também que o recurso não refutou os motivos / comentários apresentados por cada julgador na planilha de julgamento e também não apontou a análise/nota de qual julgador deveria ser revista, e, citou exemplos de falhas como a dificuldade com o texto, confuso, erros de digitação, possibilidade de interpretações desfavoráveis.

Análise: os argumentos apresentados no recurso já foram considerados na análise do Invólucro nº 01, sendo seus acertos, bem como suas falhas pontuados na planilha, conforme critérios definidos nas alíneas a, b, c, d, e, f, g, item 12.2.1.3 do edital. A recorrente explica sua abordagem realizada no subquesto, porém, tal explicação não corrige as falhas relacionadas a falta de clareza e pertinência nas soluções apresentadas na Ideia Criativa, bem como não corrige os erros de digitação presentes nas peças, nem a aplicação incorreta da marca no outdoor. Também não corrige a confusão conceitual contaminando a campanha desde a estratégia de comunicação, ambiguidade na mensagem e a multiplicidade de interpretações desfavoráveis provocadas também pelo slogan que compromete a precisão da mensagem e os objetivos de comunicação, sendo um parecer consolidado de todos os julgadores. Desta forma, esta Subcomissão Técnica entende que não existem motivos para revisão das notas, mantendo o julgamento proferido.

- **Estratégia de mídia e não mídia**

Recurso: foi solicitado a revisão da nota no respectivo subquesto da campanha “Injeção de valor e respeito à nossa saúde” onde a recorrente afirmou que a proposta contemplou uma gama variada de meios planejada para impactar o público-alvo em suas diversas segmentações e hábitos de consumo de mídia, (listando os meios) promovendo assim um amplo alcance e percepção, consideração e retenção no público. Afirma que a proposta é bem sucedida em alcançar o objetivo geral de comunicação, como também os objetivos específicos.

Contrarrrazões: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando que o recurso persiste com seu erro estrutural em não apontar quais atributos de julgamentos específicos devem ter a nota modificada, tampouco aponta qual seria a nova nota pleiteada. Afirma também que o recurso não refutou os motivos / comentários apresentados por cada julgador na planilha de julgamento e também não apontou a análise/nota de qual julgador deveria ser revista, e, citou exemplos de falhas como a necessidade de melhor abordagem e melhor utilização dos recursos próprios de comunicação, inconsistências na adequação do desafio / objetivo de comunicação.

Análise: os argumentos apresentados no recurso já foram considerados na análise do Invólucro nº 01, sendo seus acertos, bem como suas falhas pontuados na planilha, conforme critérios definidos nas alíneas a, b, c, d, e, f, item 12.2.1.4 do edital. A recorrente explica sua abordagem realizada no subquesto, porém, tal explicação não corrige as falhas relacionadas a falta de consistência na adequação do plano de mídia e não mídia ao objetivo e desafio de comunicação, que foi comprometido desde a proposição do conceito/slogan resultando na entrega de uma mensagem com interpretações desfavoráveis, sendo um parecer consolidado de todos os julgadores. Desta forma, esta Subcomissão Técnica entende que não existem motivos para revisão das notas, mantendo o julgamento proferido.

- **A respeito dos critérios utilizados pela Subcomissão Técnica**

Recurso: requer que seja anulada a licitação devido a repetição de dois atributos de avaliação (alíneas a e b) do subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia (item 12.2.1.4) que contém a mesma redação, possuindo a mesma matéria a ser avaliada. Alega também que houve erro na análise dos conceitos 2 e 3 por parte do julgador Neyson, apresentando justificativas e notas distintas, bem como erro por parte da julgadora Hellen em relação ao conceito 1. Afirma também que o item totaliza 15 pontos divididos em 6 itens, porém, ao desconsiderar um dos repetidos totalizaria 12,5 pontos, o que comprometeria a lisura do processo devido a impossibilidade de refazer a análise uma vez que já foi relevada a autoria.

Contrarrazões: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando ser uma tentativa desesperada de mudar o resultado, pleiteando de forma absurda a anulação da licitação, que traria prejuízo ao Conselho, afirma também que a recorrente ao se deparar com os erros de sua proposta e sendo a última colocada, busca a todo custo cancelar o processo licitatório, fazendo análises e interpretações que convém. Afirma ainda que a recorrente tenta induzir o julgamento, pois não se trata de situação de anulação, uma vez que a pontuação de ambos atributos podem ser mantidos sem prejuízos ao processo e aos licitantes, pois pelos comentários dos julgadores a avaliação seguiu de forma isonômica. Por fim, alega que a recorrente apresenta contradição em seus pedidos, pois primeiramente pede revisão de sua nota, mas depois alega que o julgamento estaria comprometido, não podendo ser revisto a nota, mas sim cabendo a anulação.

Análise: primeiramente, esta Subcomissão Técnica destaca que o recurso faz uma afirmativa errônea, pois o julgador Neyson não atribuiu notas distintas nos conceitos 2 e 3, conforme transcrito abaixo:

Julgador: NEYSON P. FREIRE

Conceito 02 - Profissionais de Enfermagem, nossos campeões de todos os dias

A estratégia de mídia atende de maneira razoável às demandas do orçamento e aos desafios da comunicação	2,3	13,60
Considerando o orçamento e os desafios apresentados, a estratégia de mídia se mantém dentro de parâmetros aceitáveis	2,3	
O plano de mídia apresenta uma solidez técnica que permite um desempenho razoável no contexto da campanha	2	
A concorrente demonstra ter um entendimento razoável dos hábitos de consumo dos públicos-alvo em relação ao plano de mídia	2	
O uso de recursos próprios foi significativo e empregado de maneira adequada	2,5	
A utilização da verba foi eficiente, garantindo uma gestão econômica dos recursos	2,5	

Conforme consta na planilha individual do conceito 02, a nota atribuída foi igual nos dois primeiros atributos, 2,3 pontos. Podendo ser verificado também pela soma do subquesto, que é a mesma nota apresentada na planilha da média e nota final do plano de comunicação.

Conceito 03 – Injeção de valor e respeito à nossa saúde

Estratégia adequada em relação a verba, entretanto inadequada em relação aos objetivos de comunicação	1,2	11,40
Estratégia adequada em relação a verba, entretanto inadequada em relação aos objetivos de comunicação	1,2	
Proposta com boa consistência	2	
Proposta com boa consistência	2	
Adequada	2,5	
Adequada	2,5	

Idem para o conceito 03. Conforme consta na planilha individual do conceito, a nota atribuída foi igual nos dois primeiros atributos, 1,2 pontos. Podendo ser verificado também pela soma do subquesto, que é a mesma nota apresentada na planilha da média e nota final do plano de comunicação.

02 - Profissionais de Enfermagem, nossos campeões de todos os dias

QUESITO	SUBQUESTO	Neyson	Cláudia	Hellen	Média Final	Diferença
PLANO DE COMUNICAÇÃO	Raciocínio Básico (10 Pontos)	3,70	4,30	3,50	3,7	18,60%
	Estratégia de Comunicação Publicitária (25 Pontos)	12,20	11,30	13,90	12,2	18,71%
	IDEIA CRIATIVA (30 pontos)	20,80	17,85	18,04	18,0	14,18%
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	13,60	13,90	14,00	13,9	2,86%
		50,30	47,35	49,44	47,8	

03 - Injeção de valor e respeito à nossa saúde

QUESITO	SUBQUESTO	Neyson	Cláudia	Hellen	Média Final	Diferença
PLANO DE COMUNICAÇÃO	Raciocínio Básico (10 Pontos)	3,70	4,50	3,90	3,9	17,78%
	Estratégia de Comunicação Publicitária (25 Pontos)	12,97	16,10	13,47	13,5	19,44%
	IDEIA CRIATIVA (30 pontos)	16,58	18,08	16,40	16,6	9,29%
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	11,40	12,30	11,80	11,8	7,32%
		44,65	50,98	45,57	45,8	

Já em relação as justificativas, cada julgador apresenta as justificativas conforme seu entendimento técnico, inclusive podendo se complementar. Sobre a matéria em si, esta Subcomissão Técnica entende que a repetição dos atributos não interfere no resultado do julgamento, pois a análise foi realizada e a pontuação aferida de forma técnica e isonômica, além disso, as notas proferidas foram iguais em ambos atributos e em todas as campanhas, com exceção da julgadora Hellen Fernanda no conceito 1, que devido a erro de digitação, ao invés de lançar 2,5 pontos, lançou 2,2 pontos. Diante disso, por se tratar de erro de digitação ao lançar a nota e ainda por não interferir no resultado do julgamento, prossegue-se com a seguinte correção sem prejuízos ao processo:

Julgadora: Hellen Fernanda S. Caldas

Conceito 01 – A gente cuida de quem cuida de você

Onde se lê:

Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,50	15,00	A proposta está adequada às diretrizes descritas no briefing.	2,5	13,90
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,50		A resposta está bem ajustada às necessidades levantadas no briefing.	2,2	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,50		Foram apresentadas justificativas bem fundamentadas e apropriadas para o projeto.	2,3	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	2,50		As justificativas são razoavelmente adequadas e pertinentes ao público-alvo estipulado.	2,2	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	2,50		A proposta está satisfatoriamente alinhada às demandas apresentadas.	2,2	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência	2,50		A proposta cumpre totalmente as expectativas e requisitos estabelecidos.	2,5	

Leia-se:

Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,50	15,00	A proposta está adequada às diretrizes descritas no briefing.	2,5	14,20
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,50		A resposta está bem ajustada às necessidades levantadas no briefing.	2,5	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,50		Foram apresentadas justificativas bem fundamentadas e apropriadas para o projeto.	2,3	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	2,50		As justificativas são razoavelmente adequadas e pertinentes ao público-alvo estipulado.	2,2	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	2,50		A proposta está satisfatoriamente alinhada às demandas apresentadas.	2,2	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência	2,50		A proposta cumpre totalmente as expectativas e requisitos estabelecidos.	2,5	

Sendo assim, a julgadora Hellen eleva a nota do subquesto de 13,9 para 14,20 pontos e consequentemente a nota do Plano de Comunicação de 55,67 para 55,97 pontos.

Desta forma, altera-se também a média e resultado final do Plano de Comunicação, conforme abaixo:

Onde se lê:

01 - A gente cuida de quem cuida de você						
QUESITO	SUBQUESITO	Neyson	Cláudia	Hellen	Média Final	Diferença
PLANO DE COMUNICAÇÃO	Raciocínio Básico (10 Pontos)	5,20	6,00	6,00	6,0	13,33%
	Estratégia de Comunicação Publicitária (25 Pontos)	17,50	16,67	16,27	16,7	7,03%
	IDEIA CRIATIVA (30 pontos)	18,02	21,97	19,50	19,5	17,98%
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	14,40	13,40	13,90	13,9	6,94%
		55,12	58,04	55,67	56,1	

Leia-se:

01 - A gente cuida de quem cuida de você						
QUESITO	SUBQUESITO	Neyson	Cláudia	Hellen	Média Final	Diferença
PLANO DE COMUNICAÇÃO	Raciocínio Básico (10 Pontos)	5,20	6,00	6,00	6,0	13,33%
	Estratégia de Comunicação Publicitária (25 Pontos)	17,50	16,67	16,27	16,7	7,03%
	IDEIA CRIATIVA (30 pontos)	18,02	21,97	19,50	19,5	17,98%
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (15)	14,40	13,40	14,20	14,2	6,94%
		55,12	58,04	55,97	56,4	

Elevando a nota final do conceito 01 – A gente cuida de quem cuida de você de 56,1 para 56,4 pontos.

Em relação a afirmativa da recorrente que o julgamento foi comprometido em função da repetição dos atributos e que não se pode computar duas vezes a mesma análise, esta Subcomissão Técnica entende que o argumento não possui embasamento legal, sendo apenas opinião própria da empresa. O trabalho de julgar cabe a Subcomissão e não a empresa, os critérios de análises foram aplicados no julgamento mantendo a isonomia e a existência de atributo repetido **não interfere no julgamento**, pois o mesmo critério foi adotado em todas as campanhas, seja retirando o atributo repetido para todos ou mantendo atributo repetido para todos, ambas ações resultarão na não interferência.

E ainda, sobre o pedido de anulação fundamentado na análise técnica desses atributos e a afirmativa da recorrente que a Subcomissão Técnica não poderá reanalisar o julgamento pelo fato de já ser conhecida a autoria, tal argumento não faz o menor sentido, pois conforme previsto no instrumento convocatório a fase recursal é garantida para que os licitantes apresentem suas razões e contrarrazões justamente para que a Subcomissão Técnica analise e julgue, mantendo a razoabilidade e coerência do julgamento proferido é natural haver reanálises e alterações em julgamentos de fase recursais, sendo essa prática comum em licitações do tipo de publicidade, não comprometendo a isonomia garantida pelo julgamento apócrifo.

A continuidade do processo, bem como a lisura do julgamento está em consonância com o Art. 5º, caput, da Lei 14.133/21, in verbis:

“Art. 5º Na aplicação desta Lei serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).”

A observância dos princípios acompanhou a realização dos trabalhos deste julgamento, pautados pela seriedade e competência dos membros da subcomissão técnica, mantendo a vinculação com o instrumento convocatório e também a razoabilidade e proporcionalidade, evitando excessos de formalismos, bem como de forma técnica zelando pelo interesse público em obter a seleção da melhor proposta apresentada, em busca de atingir o objetivo da licitação do tipo melhor técnica.

- **Classificação da empresa Nimbus Publicidade**

Recurso: requer a desclassificação da empresa Nimbus Publicidade devido a não apresentação das Fichas Técnicas do Relato dentro do limite de duas páginas conforme previsto no item 11.10 e 11.10.3.1 do edital. Argumenta ainda que conforme o item 12.3.2.1 se não houver observância as quantidades estabelecidas, a pontuação máxima será proporcional as quantidades apresentadas, mediante aplicação de regra de três simples, afirmando que a não apresentação das fichas dentro do limite de páginas levaria a desconsideração da nota do relato, resultando na nota zero, atrelando o entendimento ao item 12.5 onde diz que será desclassificada a proposta técnica que obtiver nota zero em qualquer quesito ou subquesito.

Contrarrazão: impugna o recurso solicitando que o mesmo seja julgado improcedente, alegando que a recorrente pleiteia a desclassificação da melhor proposta técnica pontuada no certame por mera formalidade de formatação, além do fato de fazer uso de argumentos isolados do julgamento e não em seu contexto geral na tentativa de induzir o julgamento. Afirma que a recorrente ignora o fato que o critério adotado pela Subcomissão Técnica em relação as formalidades de formatações ter sido isonômico e igual para todas licitantes, informando que a própria recorrente descumpriu regra de formatação no invólucro nº 1, onde poderia ter sido desclassificada ao descumprir o item 11.3.3.2 do edital, não apresentando a relação de peças da ideia criativa em dois blocos, corporificadas e não corporificadas. Em relação ao relato, afirma que a empresa Nimbus e a empresa DC3 foram penalizadas na pontuação, mantendo assim o critério de não desclassificar por meras formalidades, mas sim penalizar na pontuação.

Análise: primeiramente cabe ressaltar o critério adotado por esta Subcomissão Técnica em relação as regras de formatação, desde o início dos trabalhos de julgamento, conforme previsto na Ata de Julgamento datada de 26/08/2024, de onde transcrevemos:

“... esta subcomissão técnica procedeu à análise dos aspectos formais dos cadernos únicos, vias não identificadas, das quatro participantes do certame, levando-se em conta que, da pluralidade de propostas advém a mais vantajosa para a administração pública, o que constitui o objetivo da licitação, regida pela Lei nº 14.133/2021, considerando-se também que os aspectos formais objetivam principalmente a organização da apresentação das propostas, em que diferença de milímetros em medidas de margem ou informações contidas fora do limite de 8 (oito) páginas definido para Raciocínio Básico + Estratégia de Comunicação + Relação de Peças da Ideia Criativa, não maculam o conteúdo das propostas apresentadas, constituindo, pois, falhas inessenciais, sem prejuízo do objeto em licitação, esta Subcomissão Técnica, amparada pelo princípio da razoabilidade, próprio do Direito

Administrativo, prosseguirá os trabalhos de análise e julgamento de todas as propostas técnicas do certame...”

Esta Subcomissão Técnica reafirma e mantém o critério aplicado no julgamento desde o Invólucro nº 01, onde nenhum Plano de Comunicação foi desclassificado pelo motivo de regras de formatação, mesmo havendo descumprimento de tais regras pela recorrente (Campanha: “Injeção de valor e respeito à nossa saúde”), a exemplo do item 11.3.3.2 do edital. Bem como a campanha “Profissionais de Enfermagem, nossos campeões de todos os dias” que descumpriu a alínea “f”, item 11.2 do edital e a campanha “A gente cuida de quem cuida de você” que descumpriu o item 11.2.6 do edital.

Prosseguindo a análise do Invólucro nº 3, esta Subcomissão Técnica já havia considerado em seu julgamento os aspectos formais, inclusive regras de formatação, tanto que a empresa DC3 e a empresa Nimbus foram penalizadas com a diminuição de nota pela falha relacionada a forma de apresentação das fichas dos relatos, porém, o aspecto meramente formal não compromete todo o conteúdo dos Relatos apresentados e muito menos anula o objetivo de sua comprovação de experiência, de serviço executado, de soluções propostas para resolver os respectivos problemas de comunicação, de seus resultados alcançados, enfim, a mera formalidade de apresentação das fichas dentro do limite máximo de páginas não é motivo para desclassificação da proposta, assim como não foi motivo de desclassificação as meras formalidades de apresentação do Invólucro nº 01, mas sim motivo de perda de nota.

A Administração não se vincula somente ao Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório e Julgamento objetivo, mas também aos princípios do interesse público, da eficácia, da razoabilidade, da proporcionalidade, também previstos no Art. 5º, caput, da Lei 14.133/21, estando portanto o julgamento proferido amparado por tais princípios, bem como na jurisprudência apresentada a seguir, que evidencia o dever de afastar o excesso de formalismos dos processos de licitação e contratação, evitando excluir propostas adequadas e viáveis por mera formalidades.

Entendimento STJ:

“DIREITO PÚBLICO. MANDADO DE SEGURANÇA. PROCEDIMENTO LICITATORIO. VINCULAÇÃO AO EDITAL. INTERPRETAÇÃO DAS CLAUSULAS DO INSTRUMENTO CONVOCATORIO PELO JUDICIARIO, FIXANDO-SE O SENTIDO E O ALCANCE DE CADA UMA DELAS E ESCOIMANDO EXIGENCIAS DESNECESSARIAS E DE EXCESSIVO RIGOR PREJUDICIAIS AO INTERESSE PÚBLICO. POSSIBILIDADE. CABIMENTO DO MANDADO DE SEGURANÇA PARA ESSE FIM. DEFERIMENTO”

“O “edital” no sistema jurídico-constitucional vigente, constituindo Lei entre as partes, e norma fundamental da concorrência, cujo objetivo é determinar o “objeto da licitação”, discriminar os direitos e obrigações dos intervenientes e o poder público e disciplinar o procedimento adequado ao estudo e julgamento das Propostas.

*Consoante ensinam os juristas, o **princípio da vinculação ao edital não é “absoluto”**, de tal forma que impeça o judiciário de interpretar lhe, buscando lhe o sentido e a compreensão e **escoimando-o de cláusulas desnecessárias** ou que extrapolem os ditames da lei de regência e cujo **excessivo rigor possa afastar, da concorrência, possíveis proponentes**, ou que o transmude de um instrumento de defesa do interesse público em conjunto de regras Prejudiciais ao que, com ele, objetiva a administração.*

(...)

O “valor” da proposta “grafado” somente em “algarismos” - sem a indicação por extenso - constitui mera irregularidade de que não resultou prejuízo, insuficiente, por si só, para desclassificar o Licitante. O “rateio legis” que obriga, aos participantes, a oferecerem propostas claras e tão só a de propiciar o entendimento a Administração e aos administrados. Se o valor da proposta, na hipótese, foi perfeitamente compreendido, em sua inteireza, pela Comissão Especial (e que se presume de alto nível intelectual e técnico), a ponto de, ao primeiro exame, classificar o consórcio impetrante, a ausência de consignação da quantia por “extenso” constitui mera imperfeição, balda que não influenciou na “decisão” do órgão julgador (comissão especial) que teve a ideia a percepção precisa e indiscutível do “quantum” oferecido.

O formalismo no procedimento licitatório não significa que se possa desclassificar propostas eivadas de simples omissões ou defeitos irrelevantes. Segurança concedida. Voto vencido”.

E também o STF:

“STF. ROMS 23.714-1/DF, Relator (a): Min. SEPÚLVEDA PERTENCE, Primeira Turma, julgado em 05/09/2000, DJ 13-10-2000 PP-00021 EMENT VOL-02008-02 PP-00226. EMENTA: LICITAÇÃO: IRREGULARIDADE FORMAL NA PROPOSTA VENCEDORA QUE, POR SUA IRRELEVÂNCIA, NÃO GERA NULIDADE”

Em relação a interpretação da recorrente sobre o item 12.3.2.1, esta Subcomissão Técnica frisa-se que o item ao se referir a quantidade estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10, não trata de quantidade de páginas, mas sim de quantidade de peças do repertório e quantidade de relatos apresentados, ou seja, a materialidade do quesito. Tal regramento é costumeiro nesse tipo de licitação e visa redução de notas para aqueles que apresentarem número de peças inferiores ao máximo permitido no quesito repertório e número de relatos inferiores ao máximo permitido no quesito relato.

Neste caso, não se aplica o item 12.3.2.1, não cabendo pontuação proporcional, pois todas as empresas apresentaram 1 (um) relato, sendo avaliados em sua integralidade. Em caso de descumprimento de exigências substanciais, como a falta de validação pelo cliente, sendo apenas um relato, o resultado seria a desconsideração do relato e conseqüentemente nota zero, porém, tal medida não é apropriada e não deve ser aplicada para falhas meramente formais, como formas de apresentação.

Por fim, em relação ao item 12.5, alínea “c”, que diz: “Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas: c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos”, a recorrente afirma que o Relato deveria receber nota zero pelo descumprimento da regra de apresentação das fichas fora do limite de páginas, resultando assim na desclassificação da empresa Nimbus.

Esta Subcomissão Técnica além de reafirmar o entendimento e critério aplicado em relação aos aspectos meramente formais, não desclassificando nenhuma proposta por regras de formatação, reafirma também que tal motivo não configura pontuação zero no item, pois seria o mesmo efeito de desclassificar e, portanto, quebrando o critério isonômico adotado em todo certame.

O item 12.2.4 do edital prevê os atributos/critérios de avaliação e julgamento dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sendo eles:

“a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.”

Com base nos atributos/critérios de avaliação, o Relato apresentado pela empresa Nimbus alcançou boa pontuação em todas as alíneas, porém, foi penalizado perdendo nota pelo descumprimento da regra de apresentação das fichas, mesmo critério adotado para a empresa DC3, sendo um parecer consolidado de todos os julgadores. Desta forma, esta Subcomissão Técnica entende que não existem motivos para desclassificação da empresa Nimbus, mantendo o julgamento proferido.

Decisão:

Por todo o exposto, esta Subcomissão Técnica DECIDE:

1. Julgar parcialmente procedente o recurso, procedendo com a devida correção da nota do Conceito 1 - A gente cuida de quem cuida de você, proferido pela julgadora Hellen Fernanda S. Caldas e conseqüentemente nova nota final do Plano de Comunicação, sendo:

Nota Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Onde se lê: 13,9 **Leia-se:** 14,20 pontos

Nota Plano de Comunicação

Onde se lê: 55,67 **Leia-se:** 55,97 pontos

2. Julgar improcedente os demais pleitos do recurso, conforme exposto no decorrer deste documento.
3. Manter a classificação final das licitantes, sem alteração do resultado final, podendo avançar com o certame, uma vez que o julgamento cumpriu todos preceitos legais e técnicos.
4. Em relação ao pleito das contrarrazões para que seja avaliado se o recurso enquadra como medida protelatória, sob pena de sanções. Esta Subcomissão Técnica entende que tal avaliação foge à sua alçada, portanto, encaminha para análise da presidência do Coren-PA.

Assim, esta Subcomissão Técnica, nada mais havendo a tratar, encerra os trabalhos relacionados ao julgamento dos recursos e das contrarrazões das Propostas Técnicas da Concorrência nº 01/2024.

Hellen Fernanda dos Santos Caldas -----

Neyson Pinheiro Freire -----

Cláudia Cristina Neves da Luz -----