



**Ao Ilmo. Sr. Presidente da Comissão Permanente de Licitações
Câmara Municipal de Cuiabá –**

Ref.: Interposição de Recurso ao julgamento das notas dos Invólucros 1 e 3 -
Procedimento Licitatório Concorrência Pública nº001/2024

A empresa **ZIAD A FARES PUBLICIDADE (ZF COMUNICAÇÃO)**, inscrita no CNPJ 04.870.907/0001-62, situada na Rua Pres. Castelo Branco, 571 - Quilombo - CEP: 78043-430, na cidade de Cuiabá-MT, neste ato representada pelo seu procurador AURELIANO DEL ISOLA RAMOS vem apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** ao julgamento das notas dos Invólucros 1 e 3 desta licitante, bem como das licitantes Gonçalves Cordeiro, Genius e Soul.

PRELIMINARMENTE – VÍCIO ADMINISTRATIVO INSANÁVEL

Empós a publicação do Julgamento das Propostas Técnicas, foi divulgado que o pen drive da Licitante Gonçalves Cordeiro não continha nenhum arquivo digital, sendo solicitado explicação à Subcomissão Técnica.

A Subcomissão teria então informado que os arquivos foram salvos em um computador e que seriam então remetidos para Comissão de Licitação.

Supostamente.

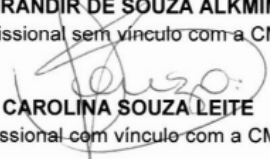
O suposto ato praticado pela Subcomissão de recuperar os arquivos e remetê-los para a CPL, na verdade, foi realizado isoladamente pela Servidora Carolina Souza Leite. Vejamos:

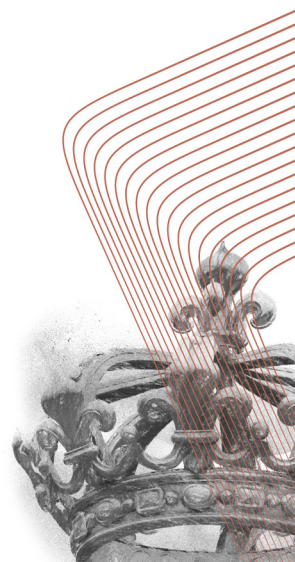
Por fim, não havendo mais nenhuma informação a consignar em registro, segue assinada pelos membros da Subcomissão Técnica presentes.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ELIANE MARIA BARBOSA LOPES
(Profissional sem vínculo com a CMC)

JURANDIR DE SOUZA ALKIMIM
(Profissional sem vínculo com a CMC)


CÁROLINA SOUZA LEITE
(Profissional com vínculo com a CMC).





Com efeito, não se pode admitir que em processo administrativo licitatório ocorram fatos “irregulares”. Os atos processuais devem observar a formalidade exigida em lei, sob pena de nulidade. *In casu*, a CPL recebeu conteúdo por um único membro da Subcomissão e já que deveria constar do processo administrativo.

Obviamente a norma estatuída no art. 64, inciso I da Lei nº 14.133/21 visa assegurar a transparência, segurança jurídica e sobretudo a legalidade e isonomia do processo licitatório.

Em sentido contrário a CPL recebeu conteúdo de um único membro da Subcomissão, sem, contudo, conferir se tal ato foi de fato regular perante os demais membros da Subcomissão. Ou seja, atuou administrativamente de forma viciada e ilegal (conforme artigo 2º, “b” e “c”, da Lei nº 4.717/65), enfim, aceitou, tolerou, facilitou e permitiu, de maneira intencional a inclusão de “documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta”.

Nessa ordem de ideias, a conduta da CPL e da Subcomissão ofende os princípios da isonomia e legalidade.

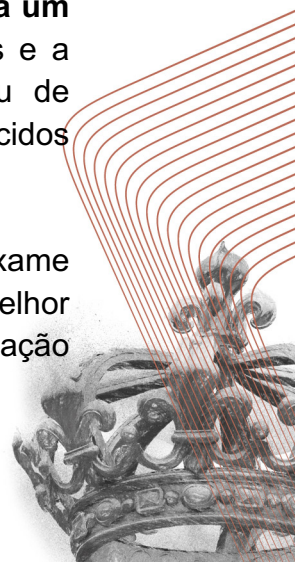
Deve, portanto, ser anulado o julgamento da proposta técnica da Subcomissão em face da Proposta Técnica da Licitante Gonçalves Cordeiro, sob pena de configurar-se favoritismo administrativo, quebra da isonomia entre os licitantes e ofensa aos princípios da legalidade, isonomia, impessoalidade e igualdade no processo licitatório.

Não sendo este o entendimento deste órgão, manifestamos sobre o conteúdo das propostas técnicas e o julgamento conduzido pela Subcomissão técnica.

O Edital prevê em seu preâmbulo que o certame será realizado de acordo com o disposto na Lei nº 12.232/2010 e, complementarmente, pelas ei N° 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis nº 14.133/2021 e 4.680/1965.

No subitem 12.9 há a determinação de que para a pontuação de cada quesito e subquesito "**cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas** pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Termo de Referência" (grifamos).

Neste caso, a Subcomissão Técnica precisa realizar um exame comparativo entre as propostas apresentadas, que afinal sintetizará a melhor técnica dentre os concorrentes, apta a receber a maior pontuação. A gradação





dentre as várias pontuações refletirá a maior ou menor adequação de cada proposta, uma em referência a outra. Este método comparativo é justamente o que impede o primado do subjetivismo, ao mesmo tempo que confere utilidade os critérios objetivos do certame. Ou seja, a adoção desse método de julgamento está plenamente alinhada ao disposto no art. 36 da Lei nº 14.133/2021, nos seguintes termos: "Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta."

Por fim, é necessário que a subcomissão técnica expresse com clareza não apenas justificativas que conduziram a atribuição de pontuação, mas especialmente demonstre a sintonia entre cada fundamentação e a respectiva nota. Cada nota precisa ser compatível com a identificação técnica das qualidades e defeitos de cada proposta.

Ocorre que, conforme veremos no decorrer deste Recurso, a Subcomissão não julgou a proposta técnica da ora Recorrente em conformidade com o previsto no edital, ou seja, quando comparado com as outras que receberam notas mais elevadas que a RECORRENTE, nenhum das justificativas e notas se sustentam.

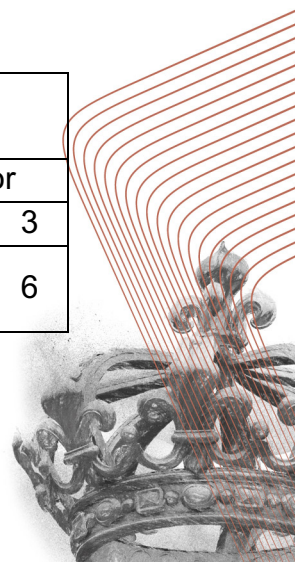
1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DAS LICITANTES

O caderno de Capacidade de Atendimento é o espaço onde as licitantes devem apresentar suas informações referentes ao quadro de profissionais que já possui, estrutura física e tecnológica, além dos recursos de inteligência para o cumprimento do contrato com a Câmara Municipal de Cuiabá.

1.1. QUADRO DE PROFISSIONAIS A SEREM COLOCADOS À DISPOSIÇÃO

Na tabela abaixo podemos verificar de forma COMPARADA as notas atribuídas às licitantes Gonçalves Cordeiro e ZF Comunicação. E nosso objetivo neste item é demonstrar o equívoco cometido na comparação entre estas duas agências, onde claramente a diferença sobre o quadro de profissionais é enorme.

Subquestito	Gonçalves Cordeiro			ZF		
	Julgador			Julgador		
	1	2	3	1	2	3
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação	7,5	7,5	7,5	6	6	6





das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;						
c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	10	10	10	5,5	6	6

Ora, podemos verificar no que diz respeito ao quesito onde as licitantes deveriam ser avaliadas pela quantificação e qualificação do seu quadro funcional, que a licitante Gonçalves Cordeiro recebe nota média de 7,5, enquanto a ZF pontou 6. Entretanto, quando verificamos os cadernos das duas concorrentes é notório que a licitante ZF não só apresenta um quadro muito MAIOR, como mostra também colaboradores mais experientes que a licitante Gonçalves Cordeiro.

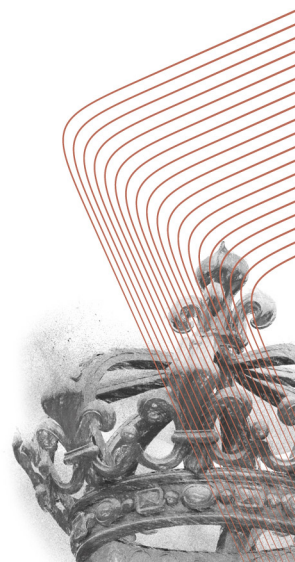
ÁREA	QTD.	PROFISSIONAL	NÍVEL
DIRETOR GERAL	1	ZIAD FARES	SÊNIOR
ATENDIMENTO	9	LAIZA CAMARGO JÉSSICA ALBERTI PORTES ODINÉIA MARTINS ROBERTO OLIVEIRA MARCOS PAULO ANDRADE LAURA BRAGA BRUNA GAÍVA CINTHIA PEREIRA BESSA BÁRBARA MOREIRA	SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR PLENO PLENO PLENO JÚNIOR SÊNIOR
ESTUDO, PLANEJAMENTO E PESQUISA	2	FREDERICO PARMA HIURI MATOS	SÊNIOR SÊNIOR
criação	22	AURELIANO RAMOS EDUARDO BUTAKKA FERNANDA LIMA LOURIVAL NETO WENDER SOUZA ALVARO RODRIGUES WILBER VEIGA MARCELO COELHO ANDRÉ NILTON WILDER OLIVEIRA VANDERLEI AZEVEDO ISMAEL BORGES FABRICIO ALMEIDA LUÍS MORAIS LUÍS FERNANDO RENATA REZENDE PEDRO HENRIQUE GABRIEL VILELA KAROLINA MOREIRA ANDREW SOUSA GUILHERME AUGUSTO JOÃO GABRIEL	SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR PLENO PLENO SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR JÚNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR PLENO JÚNIOR

12

ÁREA	QTD.	PROFISSIONAL	NÍVEL
PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV, CINEMA, INTERNET, GRÁFICA	5	LETÍCIA FIGUEIREDO DEISI ALVES LÉIA DARIS NATÁLIA CECÍLIA KENNYA STEFANY	SÊNIOR PLENO SÊNIOR PLENO PLENO
MÍDIA	6	JEFFERSON ARRUDA GOMES GENELIZA CHRISTIANE BRUNNA RODRIGUES BHEATRIZ SOARES GISLAYNE CARVALHO CAMILA MORAIS	SÊNIOR SÊNIOR SÊNIOR PLENO PLENO PLENO
MÍDIAS SOCIAIS E INOVAÇÕES	11	FERNANDO AMARAL ELIZABETH THAYLA JOÃO DEIRANE LUIZ BOTELHO GABRIELA BELIZARIO VINÍCIUS INÁCIO ANDERSON CRUZ LUIS MATHÉUS VINÍCIUS TAROUÇO SUELLIDA CAVALCANTI AMANDA NATHARA	SÊNIOR PLENO PLENO PLENO JÚNIOR SÊNIOR SÊNIOR PLENO PLENO PLENO
BI E ANÁLISE DE DADOS	1	LEANDRO OLIVEIRA	SÊNIOR
ADMINISTRATIVO FINANCEIRO	4	ARIADNE SOUZA ROGER NASCIMENTO KAENNA SOUZA YNGRID MARTINS	SÊNIOR PLENO SÊNIOR SÊNIOR
TOTAL	61		

13

*Páginas da Capacidade de Atendimento com o quantitativo dos profissionais apresentado pela licitante ZF Comunicação.



Somos a Gonçalves Cordeiro.
Trabalhamos para fazer o novo.
Somos feitos por ideias e pessoas. Trabalhamos
a favor do tempo, onde cada segundo torna-se um aliado,
pois valorizar nossos talentos é uma de nossas marcas.

 Claudio Cordeiro • Planejamento • Atendimento • Diretor de Criação	 Regiane Cordeiro • Planejamento • Administrativo • PESQUISA	 Estela Costa • Gerente
 Ivanildo Moreira • Diretor de Arte • Ilustrador • Arte Finalista	 Alan Oliveira • Diretor de Arte • Diretor de fotografia • Ilustrador • Videomaker • Fotógrafo	 João Abilio • Redator • Planejamento

gonçalves cordeiro

 Robson Resner • Redator • Planejamento	 Márcia Rezende • Redatora • Planejamento	 Thais Silva • Assistente RDTV
 Eddy Rodrigues • Editor de Vídeo • Produtor • Diretor de Cena	 Carla Fernanda • Social media • Fast media • Criadora de conteúdo	 Gizele Carvalho • Jornalista
	 Maria Luiza • Mídia • Produção	 Kellen • Recepcionista

gonçalves cordeiro

*Páginas da Capacidade de Atendimento onde a licitante Gonçalves Cordeiro apresenta toda sua equipe.

O que fica evidenciado nas propostas das duas licitantes é que a ZF Comunicação apresentou à época da data de abertura da Concorrência um quadro com 61 colaboradores, distribuídos em todos os seus departamentos técnicos. Enquanto a agência Gonçalves Cordeiro apresenta apenas 14 colaboradores, e alguns acumulam funções de departamentos diferentes. Ou seja, a capacidade profissional da ZF Comunicação 4 vezes maior que a da licitante Gonçalves Cordeiro. E surpreendentemente a nota da primeira colocada Gonçalves Cordeiro é a maior.

Ora, se o critério estabelecido pelo edital deveria se dar por COMPARAÇÃO, a nota da licitante ZF não deveria também ser pelo menos 4 vezes MAIOR do que a da concorrente Gonçalves Cordeiro? E para responder a questões como esta o edital estabelece no item 8.10, o seguinte item:

8.10. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

*Recorte do item 8.10 do edital.

E diante disto, recorreremos à Ata de Julgamento Invólucro nº 03, divulgada e assinada pelos membros da subcomissão técnica, onde buscamos a





justificativa para atribuição das notas, entretanto, nos deparamos com a seguinte situação:

AGÊNCIA:	GONÇALVES CORDEIRO	MEMBRO 1		
SUBQUESTO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;	7,50	3,75	Apresenta profissionais experientes para a maioria dos departamentos, em sua maioria formados, mas alguns sem formação superior.
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	10,00	5,00	Apresenta dados sobre as instalações.

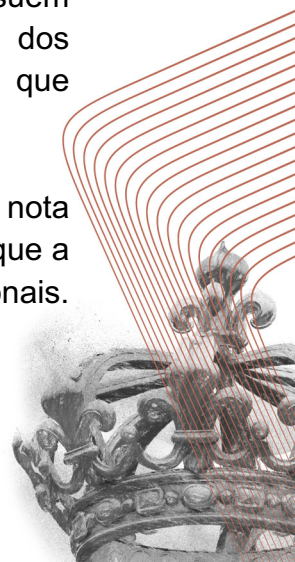
* Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Capacidade de Atendimento para a licitante Gonçalves Cordeiro.

AGÊNCIA:	ZF COMUNICAÇÃO	MEMBRO 1		
SUBQUESTO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;	6,00	3,00	Apresenta de forma geral profissionais experientes, contudo em alguns faltou indicar tempo de experiência. Alguns profissionais cursando graduação e outros sem formação superior.
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	5,50	2,75	Apresenta itens de infraestrutura e instalações adequadas, entretanto faltou mencionar os softwares utilizados para execução dos serviços publicitários.

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Capacidade de Atendimento para a licitante ZF.

Em relação ao item b) da planilha preenchida pelo membro 1 da subcomissão devemos nos atentar a 2 aspectos:

- I. o julgador atribui justificativas muito parecidas, tanto à licitante Gonçalves Cordeiro, quanto a agência ZF, afirmando que ambas apresentam profissionais experientes e que possuem profissionais sem formação superior. Ou seja, as agências possuem similaridades de perfis profissionais, mas a “quantificação” dos profissionais foi simplesmente ignorada pelo julgador, o que colocaria a licitante ZF muito a frente de sua concorrente.
- I. • o mesmo julgador também comete o deslize de justificar sua nota sob um fato inverídico e não previsto no edital, qual seja, de que a ZF não apresenta “tempo de experiência” para alguns profissionais.





De início, destacamos que não há no edital exigência sobre o “TEMPO DE EXPERIÊNCIA” dos profissionais, há sim um pedido que diz respeito “no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência”. Ou seja, o despreparo do julgador, não só avalia de forma desigual e desproporcional o quadro de profissionais das agências, como também comete o equívoco de “punir” a licitante ZF por critérios inexistentes no edital.

Ora, mais uma vez devemos nos recorrer ao edital sobre os critérios estabelecidos para o certame, e no item 7.33. do mesmo podemos verificar a seguinte informação:

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

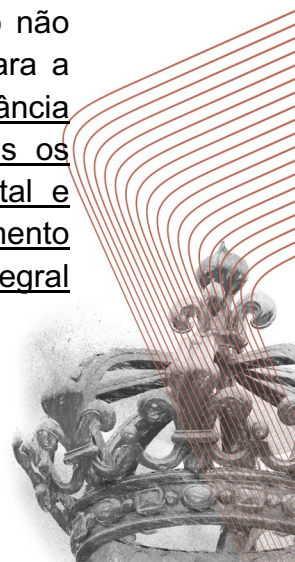
*Recorte do item 7.33 b) do edital.

E acompanhando o membro 1 da subcomissão técnica, os outros 2 membros convocados, acabam recorrendo aos mesmos equívocos de julgamento ao parafrasear em suas planilhas as mesmas justificativas, conforme pode ser verificado na mesma Ata de Julgamento Invólucro nº 3.

Vale ressaltar que o caso demonstrado acima pode ser observado também com relação à outras agências de maior porte que a Gonçalves Cordeiro, como é o caso de licitantes como a Genius, Nova e Soul. O que ajuda a corroborar a teoria de um julgamento desigual e desproporcional realizado pela subcomissão técnica.

Da mesma forma, nota-se um curioso e equivocado alinhamento na justificativa das notas desta licitante entre os membros da Subcomissão Técnica na máxima de “faltou indicar tempo de experiência”, mesmo sendo exatamente o contrário que restou apresentado e comprovado.

As justificativas mostram que não houve um julgamento dentro dos parâmetros objetivos do item b do quesito 2 - Capacidade de Atendimento, visto que não há nenhum referencial no edital sobre um peso diferencial em relação ao tempo de experiência dos profissionais, até por que tempo por si só não significa nada, é preciso que a atividade desenvolvida seja relevante para a licitante. Mais ainda, não há nenhum indicador objetivo de medição de relevância do “tempo de experiência”, sendo a justificativa de praticamente todos os avaliadores da Subcomissão Técnica desprovida de aderência ao edital e totalmente parcial, na medida que privilegiou as demais licitantes, em detrimento da proposta da ZF, que preenche o requisito exigido pelo edital de forma integral





e se mostra objetivamente melhor que as de suas concorrentes quando comparadas.

A Lei 12.232/10 estabelece claramente o rigor de se fazer o julgamento das proposta com base exclusivamente nos critérios especificados no edital:

“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:

(...)

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;” (grifo nosso).

Ademais, se a licitante Gonçalves Cordeiro com quatro vezes menos colaboradores que a ZF Comunicação, sem nenhuma descrição do tempo e da relevância de sua atividade profissional, atendeu plenamente os critérios do item “b” do quesito 2, não há razão para que esta licitante não tenha a mesma nota equalizada à da licitante Gonçalves Cordeiro.

Além disso, no julgamento em questão, aparentemente, inexistiu um modelo mental prévio para servir de parâmetro na pontuação e na elaboração das justificativas pela Subcomissão.

Confere-se do julgamento deste subquesito que apenas para a ZF Comunicação foi aprestada uma justificativa para depreciação da nota, ainda que de forma equivocada e fora do edital. Para as demais, que obtiveram nota máxima, as justificativas foram genéricas como um todo, sem o detalhe justificatório por itens de avaliação. Logo, não permitem verificar em que medida foi realizada a diminuição da pontuação de cada proposta, em relação à máxima definida pela Subcomissão e pelo edital.

Tudo isso torna impossível constatar se o julgamento das propostas se deu de modo isonômico.

Ao empregar no julgamento expressões genéricas, a Subcomissão Técnica, mais uma vez evidenciou, afronta aos princípios, basilares do processo administrativo e da licitação: motivação, vinculação ao instrumento convocatório e tratamento isonômico entre os concorrentes.

De acordo com preclara lição de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO, a motivação:





“Integra a ‘formalização’ do ato, sendo um requisito formalístico dele. É a exposição dos motivos, a fundamentação na qual são enunciados (a) a regra de Direito habilitante, (b) os fatos em que o agente se estribou para decidir e, muitas vezes, obrigatoriamente, (c) a enunciação da relação de pertinência lógica entre os fatos ocorridos e o ato praticado. **Não basta, pois, em uma imensa variedade de hipóteses, apenas aludir ao dispositivo legal que o agente tomou com base para editar o ato. Na motivação transparece aquilo que o agente apresenta como “causa” do ato administrativo**”.¹

Mas em que pesem a doutrina, jurisprudência e a própria legislação serem uníssonas em relação ao dever de motivação, que deve ser **explícita, clara e congruente**, o julgamento e fundamentação da Subcomissão Técnica traz apenas referências e expressões de natureza vaga, sem qualquer pertinência lógica entre as notas concedidas para as demais licitantes nos quesitos acima analisados e os critérios do edital.

Novamente, a Subcomissão e seus membros interromperam a obrigação de justificar as notas - que se aplicou somente para com a ZF Comunicação e com o objetivo de reduzi-las - apondo comentários simples, rasos e genéricos para as licitantes Gonçalves Cordeiro, Genius, Nova e Soul.

Verifica-se que sequer há um comentário elogioso para justificar a nota máxima conferida a as demais licitantes.

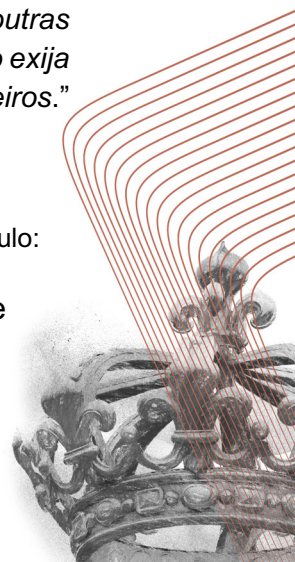
De acordo com Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

“Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Pressuposto de direito é o dispositivo legal em que se baseia o ato. **Pressuposto de fato, como o próprio nome indica, corresponde ao conjunto de circunstâncias, de acontecimentos, de situações que levam a Administração a praticar o ato.**

(...) Ainda relacionada com o motivo, há a **teoria dos motivos determinantes**, em consonância com a qual **a validade do ato se vincula aos motivos indicados como seu fundamento, de tal modo que, se inexistentes ou falsos, implicam a sua nulidade**. Por outras palavras, quando a Administração motiva o ato, mesmo que a lei não exija a motivação, ele só será válido se os motivos forem verdadeiros.” (Grifamos)²

1 BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Curso de Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 380.

2 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 487.





Ainda com a consagrada administrativista, sobre os vícios quanto ao motivo:

A Lei nº 4.717/65 fala apenas em inexistência dos motivos e diz que esse vício ocorre “quando a matéria de fato ou de direito, em que se fundamenta o ato, é materialmente inexistente ou juridicamente inadequada ao resultado obtido” (art. 2º, parágrafo único, d).

Mas, além da hipótese de inexistência, existe a falsidade do motivo. Por exemplo: se a Administração pune um funcionário, mas este não praticou qualquer infração, o motivo é inexistente: se ele praticou infração diversa, o motivo é falso.³

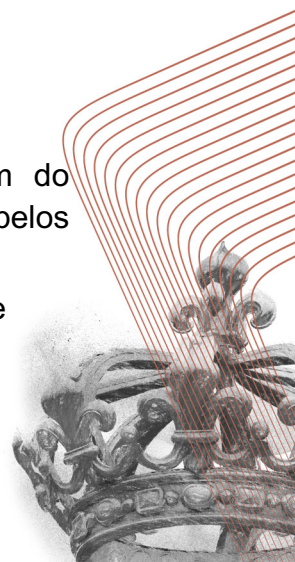
Por esses motivos, a Recorrente pede a reparação do injusto julgamento levado a efeito pela Subcomissão da nossa proposta e, justiça seja feita, para elevar nossa pontuação em patamar superior ao que foram pontuadas nossas concorrentes, e ao mesmo tempo sejam as delas reduzidas, atribuindo sempre para ZF Comunicação a nota máxima prevista ao sub quesito em discussão, bem como solicitar à Subcomissão Técnica:

- a) apresentar, com base no edital e na Lei 12.232/2010, a diferenciação de peso no julgamento de acordo com tempo de experiência de cada um dos profissionais, bem como a medição do grau de relevância do tempo de experiência dos colaboradores apresentados e sua respectiva pontuação proporcional entre zero e 10 (dez), nota máxima do subquesito.
- b) A equalização da nota desta licitante no subquesito 2 – item “b” à nota média final igual a 10.
- c) A redução de 3/4 dos pontos na nota média final da licitante Gonçalves Cordeiro neste subquesito pela baixa quantidade de profissionais apresentados em comparação ao número apresentado por esta recorrente, bem como pela redução proporcional das licitantes Genius e Soul.

1.2. INSTALAÇÕES E ESTRUTURAS

Ainda no que tange à Capacidade de Atendimento, outro item do julgamento que também apresenta desproporcionalidade notória atribuída pelos

3 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 538.





membros da subcomissão técnica, diz respeito à adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato.

Na tabela abaixo podemos verificar de forma COMPARADA as notas atribuídas às licitantes Gonçalves Cordeiro e ZF Comunicação. E nosso objetivo neste item é demonstrar o equívoco cometido na comparação entre estas duas agências, onde claramente a diferença de estrutura é enorme.

Subquesto	Gonçalves Cordeiro			ZF		
	Julgador			Julgador		
	1	2	3	1	2	3
c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	10	10	10	5,5	6	6

Ora, podemos verificar no que diz respeito ao quesito onde as licitantes deveriam ser avaliadas pela adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Câmara Municipal de Cuiabá durante à execução do contrato, onde a licitante Gonçalves Cordeiro recebe nota média máxima, enquanto a ZF pontou uma média de 5,83. Entretanto, quando verificamos os cadernos das duas concorrentes é notório que a licitante ZF não só apresenta uma estrutura muito MAIOR que a licitante Gonçalves Cordeiro.

Câmara Municipal de Cuiabá
Concorrência Pública N.º 001/2024
ZIAD A. FARES PUBLICIDADE
CNPJ 04.870.907/0001-62

Cuiabá-MT, Rua Castelo Branco, 571
Quilombo - 75 3048-5000
Goiânia-GO: Ed. Metropolitan Torre Tokyo
11º andar - Conj. 1111 - Jd. Goiás
62 3923.1700

Concorrência Pública N.º 001/2024
ZIAD A. FARES PUBLICIDADE
CNPJ 04.870.907/0001-62

Quilombo - 65 3046.5000
Goiânia-GO: Ed. Metropolitan Torre Tokyo
11º andar - Conj. 1111 - Jd. Goiás
62 3923.1700

A ZF COMUNICAÇÃO POSSUI SEDES EM DUAS CAPITAIS BRASILEIRAS, CUIABÁ E GOIÂNIA, E ATUAÇÃO EM 10 ESTADOS DO BRASIL.

A matriz, em Cuiabá, é sede própria de 2.200m² de área construída, no bairro Quilombo, um dos pontos mais nobres da cidade e de fácil acesso. A ZF Comunicação está localizada em um prédio que foi edificado seguindo padrões modernos de sustentabilidade e de arquitetura que oferecem maior integração entre os ambientes, luminosidade e isolamento acústico.

A ZF Comunicação é uma das maiores agências do Centro-Oeste, com estruturas distintas em dois Estados estratégicos, Mato Grosso e Goiás – um reconhecido pelo agronegócio e outro por indústrias e serviços –, e atuação em vários Estados do Brasil.

*Páginas da Capacidade de Atendimento onde apresenta estruturas em 2 capitais brasileiras pela licitante ZF Comunicação.



INSTALAÇÕES

SAIBA MAIS SOBRE A GONÇALVES CORDEIRO

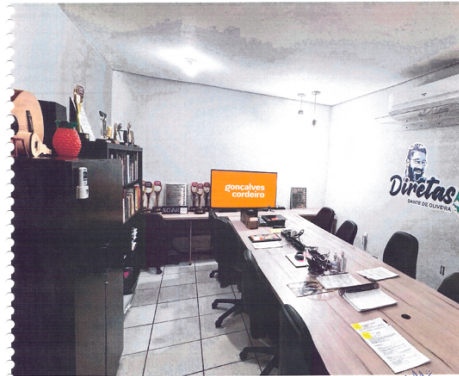
Um colaborador bem preparado é essencial para o sucesso. Mais do que criar campanhas, priorizamos a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores e suas famílias, buscando equilíbrio entre vida social e profissional. Investimos constantemente em atualizações através de cursos, workshops e palestras, mantendo-nos sempre à frente.

Nosso ambiente de trabalho é projetado para conforto e eficiência, com espaços amplos e climatizados, gerando interação em diversos ambientes que vão desde estúdio para criação de conteúdo, com equipamentos de última geração a salas de reuniões que servem como verdadeiros laboratórios de criatividade. Uma agência que se preocupa e investe, constantemente, no bem-estar de sua equipe.



SALA DE REUNIÃO: CONFORTO, CRIATIVIDADE E PROFISSIONALISMO

Um espaço para conversar. Um ambiente que inspira ideias e soluções. É aqui que vamos nos encontrar, entre livros que estimulam a criatividade e nos ajudam a pensar fora da caixa. E, claro, não podíamos deixar de mencionar nossos MacBooks, sempre prontos para transformar ideias em realidade. Para completar, temos uma televisão LG de 50 polegadas perfeita para apresentações impactantes ou para aquelas pausas relaxantes entre um brainstorm e outro.



*Páginas da Capacidade de Atendimento onde apresenta a estrutura de 2 salas pela licitante Gonçalves Cordeiro.

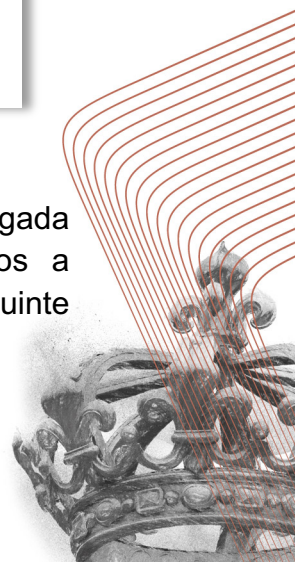
O que fica evidenciado nas propostas das duas licitantes é que a ZF Comunicação apresentou, à época da data de abertura da Concorrência, a estrutura de 2 agências, uma sede situada em Cuiabá, e outra em Goiânia. Duas estruturas, porém, com equipes que juntas desenvolvem trabalhos para grandes clientes em 10 estados brasileiros. Enquanto, a concorrente Gonçalves Cordeiro, apresenta infraestrutura menor e inferior. É justo e proporcional afirmar que novamente neste quesito a licitante ZF demonstra capacidade 4 vezes maior. Mas surpreendentemente o que constatamos na planilha de notas, um julgamento superior para a primeira colocada Gonçalves Cordeiro.

Ora, se o critério estabelecido pelo edital deveria se dar por COMPARAÇÃO, a nota da licitante ZF não deveria também ser pelo menos 4 vezes MAIOR do que a da concorrente Gonçalves Cordeiro? E para responder a questões como esta o edital estabelece no item 8.10, o seguinte item:

8.10. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

*Recorte do item 8.10 do edital.

E diante disto, recorreremos à Ata de Julgamento Invólucro nº 03, divulgada e assinada pelos membros da subcomissão técnica, onde buscamos a justificativa para atribuição das notas, entretanto, nos deparamos com a seguinte situação:





AGÊNCIA:	GOÑALVES CORDEIRO	MEMBRO 1		
SUBQUESTO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;	7,50	3,75	Apresenta profissionais experientes para a maioria dos departamentos, em sua maioria formados, mas alguns sem formação superior.
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	10,00	5,00	Apresenta dados sobre as instalações.

* Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item c) do subquesto Capacidade de Atendimento para a licitante Gonçalves Cordeiro.

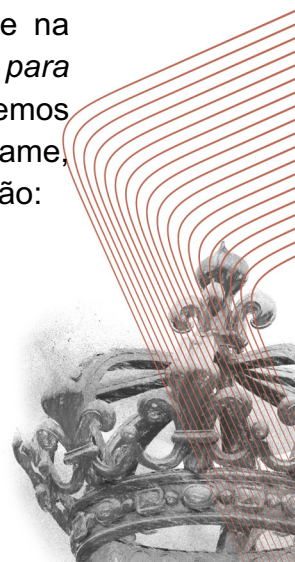
AGÊNCIA:	ZF COMUNICAÇÃO	MEMBRO 1		
SUBQUESTO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;	6,00	3,00	Apresenta de forma geral profissionais experientes, contudo em alguns faltou indicar tempo de experiência. Alguns profissionais cursando graduação e outros sem formação superior.
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	5,50	2,75	Apresenta itens de infraestrutura e instalações adequadas, entretanto faltou mencionar os softwares utilizados para execução dos serviços publicitários.

* Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item c) do subquesto Capacidade de Atendimento para a licitante ZF.

E novamente, em relação ao item c) da planilha preenchida pelo membro 1 da subcomissão devemos nos atentar a 2 aspectos:

1. o julgador atribui justificativas muito parecidas, tanto à licitante Gonçalves Cordeiro, quanto a agência ZF, afirmando que ambas apresentam suas estruturas, destaque para a licitante ZF com “estrutura adequada”. E neste item fica evidente que o julgador não prestou a devida atenção ao tamanho das estruturas apresentadas, ou simplesmente não realizou a COMPARAÇÃO conforme determina o edital, pois se o fizesse colocaria a licitante ZF muito a frente de sua concorrente.
2. o mesmo julgador também comete o equívoco de afirmar que na proposta da agência ZF “faltou mencionar os softwares utilizados para a execução dos serviços publicitários”. Ora, mais uma vez devemos nos recorrer ao edital sobre os critérios estabelecidos para o certame, e no item 7.33. do mesmo podemos verificar a seguinte informação:

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato;





*Recorte do item 7.33 c) do edital.

Como podemos constatar não há no edital exigência sobre a “**MENÇÃO DOS SOFTWARES UTILIZADOS PARA A EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS**”, e mesmo que houvesse a subcomissão poderia verificar que a maior parte destes softwares é padrão em todas as agências. E novamente fica a evidência do despreparo do julgador que não só avalia de forma desigual e desproporcional as instalações e estruturas das agências, como também comete o equívoco de “punir” a licitante ZF por critérios inexistentes no edital.

E acompanhando o membro 1 da subcomissão técnica, os outros 2 membros convocados, acabam recorrendo aos mesmos equívocos de julgamento ao parafrasear em suas planilhas as mesmas justificativas, conforme pode ser verificado na mesma Ata de Julgamento Invólucro nº 3.

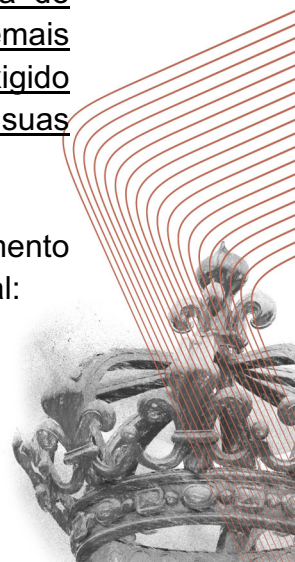
Vale ressaltar que o caso demonstrado acima pode ser observado também com relação à outras agências de maior porte que a Gonçalves Cordeiro, como é o caso de licitantes como a Genius, Nova e Soul. O que ajuda a corroborar a teoria de um julgamento desigual e desproporcional realizado pela subcomissão técnica.

Da mesma forma, nota-se um curioso e equivocado alinhamento na justificativa das notas desta licitante entre os membros da Subcomissão Técnica na máxima de “faltou mencionar os softwares”, mesmo que não haja no edital esta exigência.

As justificativas mostram que não houve um julgamento dentro dos parâmetros objetivos do item c do quesito 2 - Capacidade de Atendimento, visto que não há nenhum referencial no edital sobre um peso diferencial em relação aos **softwares** que cada um dispõe, até porque, isso é uma ferramenta de trabalho, e compete exclusivamente a cada profissional decidir qual é a que melhor se adequa a si.

Mais ainda, não há nenhum indicador objetivo de medição de relevância do tal “software” que a Subcomissão queria analisar, sendo a justificativa de praticamente todos os avaliadores da Subcomissão Técnica desprovida de aderência ao edital e totalmente parcial, na medida que privilegiou as demais licitantes, em detrimento da proposta da ZF, que preenche o requisito exigido pelo edital de forma integral e se mostra objetivamente melhor que as de suas concorrentes quando comparadas.

A Lei 12.232/10 estabelece claramente o rigor de se fazer o julgamento das proposta com base exclusivamente nos critérios especificados no edital:





“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:

(...)

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;” (grifo nosso).

Ademais, se a licitante Gonçalves Cordeiro com uma estrutura quatro vezes menor que a ZF Comunicação, atendeu plenamente os critérios do item “c” do quesito 2, não há razão para que esta licitante não tenha a mesma nota equalizada à da licitante Gonçalves Cordeiro.

Além disso, no julgamento em questão, aparentemente, inexistiu um modelo mental prévio para servir de parâmetro na pontuação e na elaboração das justificativas pela Subcomissão.

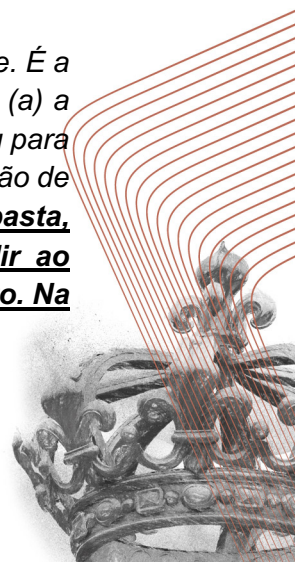
Confere-se do julgamento deste subquesito que apenas para a ZF Comunicação foi apresentada uma justificativa para depreciação da nota, ainda que de forma equivocada e fora do edital. Para as demais, que obtiveram nota máxima, as justificativas foram genéricas como um todo, sem o detalhe justificatório por itens de avaliação. Logo, não permitem verificar em que medida foi realizada a diminuição da pontuação de cada proposta, em relação à máxima definida pela Subcomissão e pelo edital.

Tudo isso torna impossível constatar se o julgamento das propostas se deu de modo isonômico.

Ao empregar no julgamento expressões genéricas, a Subcomissão Técnica, mais uma vez evidenciou, afronta aos princípios, basilares do processo administrativo e da licitação: motivação, vinculação ao instrumento convocatório e tratamento isonômico entre os concorrentes.

De acordo com preclara lição de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO, a motivação:

*“Integra a ‘formalização’ do ato, sendo um requisito formalístico dele. É a exposição dos motivos, a fundamentação na qual são enunciados (a) a regra de Direito habilitante, (b) os fatos em que o agente se estribou para decidir e, muitas vezes, obrigatoriamente, (c) a enunciação da relação de pertinência lógica entre os fatos ocorridos e o ato praticado. **Não basta, pois, em uma imensa variedade de hipóteses, apenas aludir ao dispositivo legal que o agente tomou com base para editar o ato. Na***





motivação transparece aquilo que o agente apresenta como “causa” do ato administrativo.⁴

Mas em que pesem a doutrina, jurisprudência e a própria legislação serem uníssonas em relação ao dever de motivação, que deve ser **explícita, clara e congruente**, o julgamento e fundamentação da Subcomissão Técnica traz apenas referências e expressões de natureza vaga, sem qualquer pertinência lógica entre as notas concedidas para as demais licitantes nos quesitos acima analisados e os critérios do edital.

Novamente, a Subcomissão e seus membros interromperam a obrigação de justificar as notas - que se aplicou somente para com a ZF Comunicação e com o objetivo de reduzi-las - apondo comentários simples, rasos e genéricos para as licitantes Gonçalves Cordeiro, Genius, Nova e Soul.

Verifica-se que sequer há um comentário elogioso para justificar a nota máxima conferida a as demais licitantes.

De acordo com Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

*“Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Pressuposto de direito é o dispositivo legal em que se baseia o ato. **Pressuposto de fato, como o próprio nome indica, corresponde ao conjunto de circunstâncias, de acontecimentos, de situações que levam a Administração a praticar o ato.***

*(...) Ainda relacionada com o motivo, há a **teoria dos motivos determinantes**, em consonância com a qual **a validade do ato se vincula aos motivos indicados como seu fundamento, de tal modo que, se inexistentes ou falsos, implicam a sua nulidade.** Por outras palavras, quando a Administração motiva o ato, mesmo que a lei não exija a motivação, ele só será válido se os motivos forem verdadeiros.” (Grifamos)⁵*

Ainda com a consagrada administrativista, sobre os vícios quanto ao motivo:

A Lei nº 4.717/65 fala apenas em inexistência dos motivos e diz que esse vício ocorre “quando a matéria de fato ou de direito, em que se

4 BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Curso de Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 380.

5 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 487.





fundamenta o ato, é materialmente inexistente ou juridicamente inadequada ao resultado obtido” (art. 2º, parágrafo único, d).

Mas, além da hipótese de inexistência, existe a falsidade do motivo. Por exemplo: se a Administração pune um funcionário, mas este não praticou qualquer infração, o motivo é inexistente: se ele praticou infração diversa, o motivo é falso.⁶

Por esses motivos, a Recorrente pede a reparação do injusto julgamento levado a efeito pela Subcomissão da nossa proposta e, justiça seja feita, para elevar nossa pontuação em patamar superior ao que foram pontuadas nossas concorrentes, e ao mesmo tempo sejam as delas reduzidas, atribuindo sempre para ZF Comunicação a nota máxima prevista ao sub quesito em discussão, bem como solicitar à Subcomissão Técnica:

d) apresentar, com base no edital e na Lei 12.232/2010, a diferenciação de peso no julgamento de acordo com software de cada uma das licitantes, bem como a medição do grau de relevância destes instrumentos de trabalho e sua respectiva pontuação proporcional entre zero e 10 (dez), nota máxima do subquesito.

e) A equalização da nota desta licitante no subquesito 2 – item “c” à nota média final igual a 10.

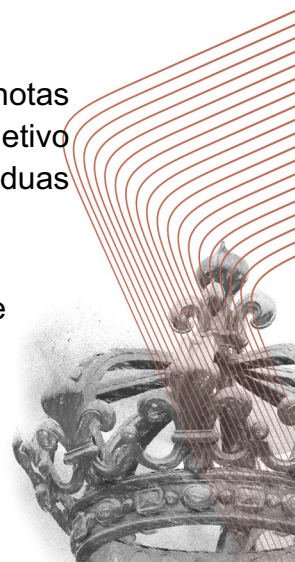
f) A redução de 3/4 dos pontos na nota média final da licitante Gonçalves Cordeiro neste subquesito, pela estrutura menor que a da ZF Comunicação, bem como pela redução proporcional das licitantes Genius e Soul.

1.3. RELAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO, PESQUISAS E CONTROLE DE MÍDIA

Ainda na Capacidade de Atendimento, outro item com vício de julgamento pelos membros da subcomissão técnica, diz respeito à relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante.

Na tabela abaixo podemos verificar de forma COMPARADA as notas atribuídas às licitantes Gonçalves Cordeiro e ZF Comunicação. E nosso objetivo neste item é demonstrar o equívoco cometido na comparação entre estas duas

6 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 538.





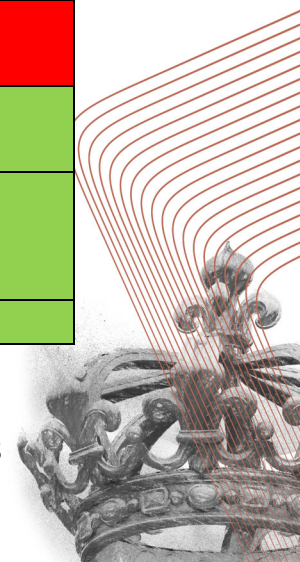
agências, onde claramente as informações da licitante ZF novamente se mostram mais completas e vantajosas.

Subquesto	Gonçalves Cordeiro			ZF		
	Julgador			Julgador		
	1	2	3	1	2	3
e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.	10	10	10	8	8	8

Ora, podemos verificar que em relação a esse quesito as licitantes deveriam ser avaliadas pela relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Cuiabá, durante à execução do contrato.

A licitante Gonçalves Cordeiro recebeu nota média máxima, enquanto a ZF pontou uma média 8. Entretanto, quando verificamos os cadernos das duas concorrentes é notório que a licitante ZF novamente se destaca em comparação a sua concorrente Gonçalves Cordeiro. Na tabela abaixo comparamos tais informações apresentadas pelas licitantes:

		GC	ZF
Comscore	Serviço especializado em métricas e serviços de inteligência para as mídias digitais.		
Spot	Programa de monitoramento de veiculação em TV		
Kantar Ibope Media	Base de dados de mercado dos maiores segmentos extremamente eficaz para traçar um planejamento otimizado, tanto de ações como investimentos em mídia		
Nielsen	Ferramenta indispensável na elaboração de estratégias de mídia		
Reportei	Ferramenta inovadora e eficiente para profissionais de marketing digital		
Grupo de Mídia ou Mídia Dados	Publicação do Grupo de Mídia de São Paulo com o panorama da mídia;		
ConsultaNet	É programa de audiência em VT local		





Mentionlytics	Plataforma de coleta de dados e inteligência em mídias digitais		
Meio & Mensagem	Publicação com o cadastro dos veículos de comunicação nacional		
Semrush	Plataforma usada para pesquisa de palavras-chave, análise competitiva, auditorias de sites, rastreamento de backlinks e insights abrangentes de visibilidade online		

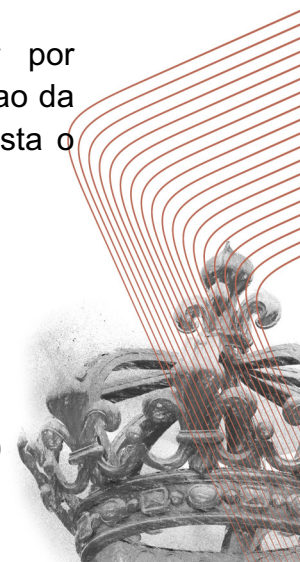
O que fica evidenciado nas propostas das duas licitantes é que as licitantes ZF Comunicação e Gonçalves Cordeiro apresentaram à época da data de abertura da Concorrência, as ferramentas que usam para o que discrimina o item “e” para este critério de julgamento. Entretanto, um ponto importante é que existem muitas ferramentas de monitoramento, pesquisas e controles de mídia no mercado, e muitas delas são equivalentes. O que estamos afirmando é que as agências podem mencionar em suas propostas ferramentas diferentes, porém com funções similares ou iguais, o que não exclui ou deprecia suas menções.

Na tabela acima podemos verificar, como exemplo disto, que a licitante Gonçalves Cordeiro utiliza a ferramenta Nielsen, enquanto a ZF não a utiliza. Entretanto, os dados obtidos através da Kantar Ibope Media permitem a ZF otimizar um planejamento de mídia tão ou mais eficaz do que a ferramenta Nielsen.

Por outro lado, para verificação e coleta de informações para dados de marketing digital, além da ferramenta Reportei, utilizadas pelas duas agências, a licitante ZF ainda complementa seus estudos com as ferramentas Metionlytics e Semrush, o que lhe oferece vantagem sobre a concorrente Gonçalves Cordeiro.

O que evidenciamos neste caso é que novamente a licitante ZF demonstra capacidade superior. Mas surpreendentemente o que constatamos na planilha de notas, um julgamento superior, sem qualquer justificativa, para a Gonçalves Cordeiro.

Ora, se o critério estabelecido pelo edital deveria se dar por COMPARAÇÃO, a nota da licitante ZF não deveria também ser superior ao da concorrente Gonçalves Cordeiro? E para responder a questões como esta o edital estabelece no item 8.10, o seguinte item:





8.10. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

*Recorte do item 8.10 do edital.

E diante disto, recorreremos à Ata de Julgamento Invólucro nº 03, divulgada e assinada pelos membros da subcomissão técnica, onde buscamos a justificativa para atribuição das notas, entretanto, nos deparamos com a seguinte situação:

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da contratante.	10,00	5,00	Apresenta empresas de marketing, pesquisas e checagem de mídia.
--	-------	------	---

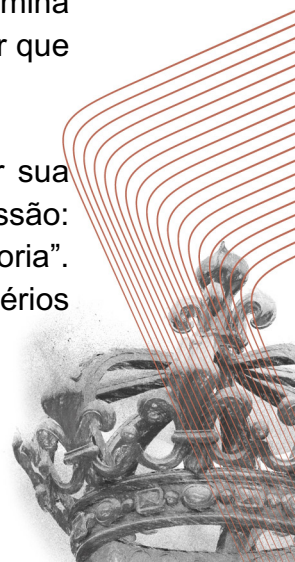
*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item e) do subquesito Capacidade de Atendimento para a licitante Gonçalves Cordeiro.

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da contratante.	8,00	4,00	Aborda brevemente sobre ferramentas de marketing, pesquisas e checagem de mídia, limitando-se a citar institutos de pesquisa e empresa de auditoria.
--	------	------	--

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 03 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item e) do subquesito Capacidade de Atendimento para a licitante ZF.

E novamente, agora em relação ao item e) da planilha preenchida pelo membro 1 da subcomissão devemos nos atentar a 2 aspectos:

1. o julgador atribui justificativas muito parecidas, tanto à licitante Gonçalves Cordeiro, quanto a agência ZF, afirmando que ambas apresentam ferramentas de marketing, pesquisas e controles de mídia. E neste item fica evidente que o julgador não prestou a devida atenção a quantidade de ferramentas apresentadas, ou simplesmente não realizou a COMPARAÇÃO entre as propostas conforme determina o edital, pois se o fizesse a licitante ZF receberia uma nota maior que a sua concorrente.
2. o mesmo julgador também comete o equívoco de fundamentar sua nota para a proposta da agência ZF com a seguinte expressão: "limitando-se a citar institutos de pesquisa e empresas de auditoria". Ora, mais uma vez devemos nos recorrer ao edital sobre os critérios





estabelecidos para o certame, e no item 7.33. do mesmo podemos verificar a seguinte informação:

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

*Recorte do item 7.33 e) do edital.

Como podemos constatar o edital não apresenta clareza sobre como as licitantes devem apresentar tais informações, mais que isso limita-se apenas a solicitar “RELAÇÃO DAS INFORMAÇÕES”, sendo assim não há que se exigir das licitantes grandes textos ou explicações sobre o que são e pra que servem tais informações. Afinal de contas, se espera que os Julgadores conheçam cada uma delas.

E acompanhando o membro 1 da subcomissão técnica, os outros 2 membros convocados, acabam recorrendo aos mesmos equívocos de julgamento ao parafrasear em suas planilhas as mesmas justificativas, conforme pode ser verificado na mesma Ata de Julgamento Invólucro nº 3.

Vale ressaltar que o caso demonstrado acima pode ser observado também com relação à outras agências de maior porte que a Gonçalves Cordeiro, como é o caso de licitantes como a Genius, Nova e Soul. O que ajuda a corroborar a teoria de um julgamento desigual e desproporcional realizado pela subcomissão técnica.

Da mesma forma, nota-se um curioso e equivocado alinhamento na justificativa das notas desta licitante entre os membros da Subcomissão Técnica na máxima de “limitando-se a citar institutos de pesquisas”, mesmo que o edital exija que a licitante apenas apresente a “relação das informações”.

As justificativas mostram que não houve um julgamento dentro dos parâmetros objetivos do item e do quesito 2 - Capacidade de Atendimento, visto que não há nenhum referencial no edital sobre um peso diferencial em relação a quem explica cada um dos serviços.

Mais ainda, não há nenhum indicador objetivo de medição de relevância de que como a tal explicação de cada serviço foi avaliada, sendo a justificativa de praticamente todos os avaliadores da Subcomissão Técnica desprovida de aderência ao edital e totalmente parcial, na medida que privilegiou as demais licitantes, em detrimento da proposta da ZF, que preenche o requisito exigido





pelo edital de forma integral e se mostra objetivamente melhor que as de suas concorrentes quando comparadas.

A Lei 12.232/10 estabelece claramente o rigor de se fazer o julgamento das proposta com base exclusivamente nos critérios especificados no edital:

“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:

(...)

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;” (grifo nosso).

Ademais, se a licitante Gonçalves Cordeiro com uma lista de serviços menor que a da ZF Comunicação, atendeu plenamente os critérios do item “e” do quesito 2, não há razão para que esta licitante não tenha a mesma nota equalizada à da licitante Gonçalves Cordeiro.

Além disso, no julgamento em questão, aparentemente, inexistiu um modelo mental prévio para servir de parâmetro na pontuação e na elaboração das justificativas pela Subcomissão.

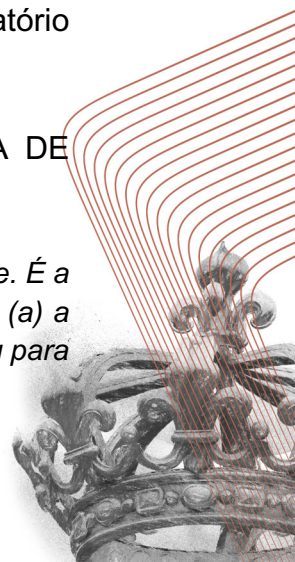
Confere-se do julgamento deste subquesito que apenas para a ZF Comunicação foi apresentada uma justificativa para depreciação da nota, ainda que de forma equivocada e fora do edital. Para as demais, que obtiveram nota máxima, as justificativas foram genéricas como um todo, sem o detalhe justificatório por itens de avaliação. Logo, não permitem verificar em que medida foi realizada a diminuição da pontuação de cada proposta, em relação à máxima definida pela Subcomissão e pelo edital.

Tudo isso torna impossível constatar se o julgamento das propostas se deu de modo isonômico.

Ao empregar no julgamento expressões genéricas, a Subcomissão Técnica, mais uma vez evidenciou, afronta aos princípios, basilares do processo administrativo e da licitação: motivação, vinculação ao instrumento convocatório e tratamento isonômico entre os concorrentes.

De acordo com preclara lição de CELSO ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO, a motivação:

“Integra a ‘formalização’ do ato, sendo um requisito formalístico dele. É a exposição dos motivos, a fundamentação na qual são enunciados (a) a regra de Direito habilitante, (b) os fatos em que o agente se estribou para





decidir e, muitas vezes, obrigatoriamente, (c) a enunciação da relação de pertinência lógica entre os fatos ocorridos e o ato praticado. **Não basta, pois, em uma imensa variedade de hipóteses, apenas aludir ao dispositivo legal que o agente tomou com base para editar o ato. Na motivação transparece aquilo que o agente apresenta como “causa” do ato administrativo**.⁷

Mas em que pesem a doutrina, jurisprudência e a própria legislação serem uníssonas em relação ao dever de motivação, que deve ser **explícita, clara e congruente**, o julgamento e fundamentação da Subcomissão Técnica traz apenas referências e expressões de natureza vaga, sem qualquer pertinência lógica entre as notas concedidas para as demais licitantes nos quesitos acima analisados e os critérios do edital.

Novamente, a Subcomissão e seus membros interromperam a obrigação de justificar as notas - que se aplicou somente para com a ZF Comunicação e com o objetivo de reduzi-las - apondo comentários simples, rasos e genéricos para as licitantes Gonçalves Cordeiro, Genius, Nova e Soul.

Verifica-se que sequer há um comentário elogioso para justificar a nota máxima conferida a as demais licitantes.

De acordo com Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

*“Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Motivo é o pressuposto de fato e de direito que serve de fundamento ao ato administrativo. Pressuposto de direito é o dispositivo legal em que se baseia o ato. **Pressuposto de fato, como o próprio nome indica, corresponde ao conjunto de circunstâncias, de acontecimentos, de situações que levam a Administração a praticar o ato.***

*(...) Ainda relacionada com o motivo, há a **teoria dos motivos determinantes**, em consonância com a qual **a validade do ato se vincula aos motivos indicados como seu fundamento, de tal modo que, se inexistentes ou falsos, implicam a sua nulidade.** Por outras palavras, quando a Administração motiva o ato, mesmo que a lei não exija a motivação, ele só será válido se os motivos forem verdadeiros.” (Grifamos)⁸*

Ainda com a consagrada administrativista, sobre os vícios quanto ao motivo:

7 BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Curso de Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Malheiros, 2006, p. 380.

8 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 487.





A Lei nº 4.717/65 fala apenas em inexistência dos motivos e diz que esse vício ocorre “quando a matéria de fato ou de direito, em que se fundamenta o ato, é materialmente inexistente ou juridicamente inadequada ao resultado obtido” (art. 2º, parágrafo único, d).

Mas, além da hipótese de inexistência, existe a falsidade do motivo. Por exemplo: se a Administração pune um funcionário, mas este não praticou qualquer infração, o motivo é inexistente: se ele praticou infração diversa, o motivo é falso.⁹

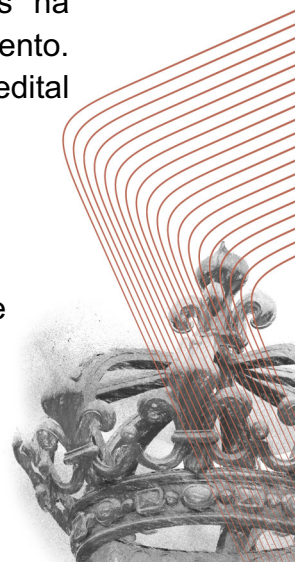
Por esses motivos, a Recorrente pede a reparação do injusto julgamento levado a efeito pela Subcomissão da nossa proposta e, justiça seja feita, para elevar nossa pontuação em patamar superior ao que foram pontuadas nossas concorrentes, e ao mesmo tempo sejam as delas reduzidas, atribuindo sempre para ZF Comunicação a nota máxima prevista ao sub quesito em discussão, bem como solicitar à Subcomissão Técnica:

- g) apresentar, com base no edital e na Lei 12.232/2010, a diferenciação de peso no julgamento de acordo com a melhor e maior explicação dos serviços disponíveis de cada uma das licitantes, e sua respectiva pontuação proporcional entre zero e 10 (dez), nota máxima do sub quesito.
- h) A equalização da nota desta licitante no sub quesito 2 – item “e” à nota média final igual a 10.
- i) A redução de 2 (dois) pontos na nota média final da licitante Gonçalves Cordeiro neste sub quesito, por apresentar uma lista menor que a da ZF Comunicação, bem como pela redução proporcional das licitantes Genius e Soul.

2. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Com o objetivo de manter a isonomia do certame o edital é o documento que deve estabelecer os itens a serem considerados pelas licitantes na formulação de suas propostas, além dos critérios utilizados para seu julgamento. E para garantir a lisura e transparência do certame o item 8.12. do edital estabelece:

9 DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito administrativo – 33. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 538.





8.12. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

*Recorte do item 8.12 do edital.

Ocorre que para a aplicação correta de todos os critérios a subcomissão técnica convocada para julgar o certame precisa estar preparada e ser conhecedora a fundo dos itens que estabelece o edital. E a seguir o que iremos demonstrar são alguns levantamentos para demonstrar que, ou a subcomissão se equivocou em não desclassificar algumas propostas por erros “graves”, ou simplesmente ignorou acreditando que tais fatos não seriam verificados.

2.1. ERRO GRAVE NA UTILIZAÇÃO DE TABELA DE PREÇOS DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO - REAL INVESTIMENTO DE MÍDIA QUE ULTRAPASSA O LIMITE ESTABELECIDO NA PROPOSTA – VIOLAÇÃO DA REGRA DE ISONOMIA - DESCLASSIFICAÇÃO

O edital, estabelece no item 7.29.1 o seguinte critério:

7.29.1. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

*Recorte do item 7.29.1. a) do edital.

Este é um recurso recorrente nos editais de concorrências públicas e visa estabelecer com clareza e justiça um critério onde todos os licitantes possam competir sob a ‘luz’ de um único parâmetro para precificação dos espaços de mídia que pretendem alocar em seus Planos de Comunicação Publicitárias. Ou seja, as tabelas de veículos de comunicação a serem utilizadas devem ser as mesmas por todas as licitantes.

Fato é que para ganhar vantagem estratégica, há licitantes que utilizam o que conhecemos como “VALORES NEGOCIADOS” para oferecer descontos e condições diferenciados e que geram uma distorção muito desproporcional na distribuição de mídia. Na prática, ao utilizar valores negociados, alguns licitantes se aproveitam deste expediente obscuro para ganhar vantagem na quantidade de espaços propostos.

Para demonstrar fato ocorrido neste certame tomemos, como exemplo, a Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta pela licitante Gonçalves Cordeiro, contemplada com a primeira colocação após a abertura das notas de propostas técnicas. A licitante se apropria do recurso de negociação em valor de mídia para





disfarçar em seu plano um estouro no limite referencial da verba de mídia de R\$ 270.348,00. Vejamos a seguir:

Jornal A Gazeta - Peça Anúncio de Jornal										SUBTOTAL		
1 PÁGINA, IND, CO LICITAÇÃO	980	0,00	0	1						1	39.252,00	39.252,00
INSERÇÕES POR DIA												Subtotal: 39.252,00
Condição de Pagamento: 15DFM										Enviar fatura: À AGENCIA		TOTAL DA MÍDIA (1): 39.252,00
Vencimento:										Faturar: DIRETO CLIENTE		VALOR NEGOCIADO (1): 39.252,00
Observações:										Tipo Faturamento: LÍQUIDO		DESC. PADRÃO DE AGENCIA (%): 0,0000%
												DESC. PADRÃO DE AGENCIA (1): 0,00
												VALOR FATURADO (1): 39.252,00

*Recorte de planilha de inserção de mídia da licitante Gonçalves Cordeiro sobre distribuição de anúncio de jornal no veículo A Gazeta.

A GAZETA

TABELA DE PREÇOS 2024

TABELA DE PREÇOS EM VIGOR A PARTIR DE JANEIRO 2024		
* DESCONTOS PROGRESSIVOS	Preços por cm/col.em REAL	
	DIAS ÚTEIS	DOMINGO
1ª Página	8.449,00	11.352,00
3ª Página	4.749,00	6.192,00
Página Determinada	1.302,00	1.710,00
Página Indeterminada	1.032,00	1.363,00
1º e 2º Caderno	1.199,00	1.538,00
Caderno Determinado	1.071,00	1.223,00

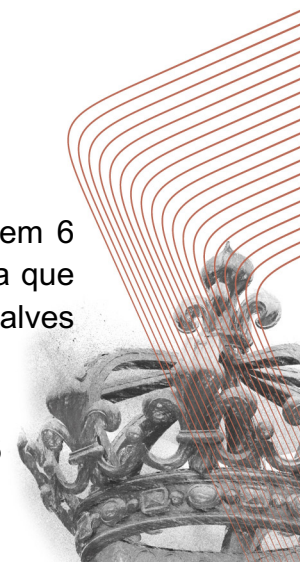
*Recorte da tabela de preços do jornal A Gazeta com destaque para o valor que deveria ser aplicado.

Em veículos como jornal o valor do espaço programado é calculado em centímetro por coluna, ou seja, é precisa aplicar o valor da tabela acima demonstrado x cm x col. Como a licitante Gonçalves Cordeiro opta por utilizar 1 página indeterminada no jornal o valor correto deste espaço seria R\$ 309.600,00, conforme demonstra o cálculo abaixo:

colunas x centímetros de altura x valor tabela indeterminado

$$6 \times 50 \times R\$1.032,00 = R\$309.600,00$$

Vale ressaltar que o anúncio de uma página no jornal A Gazeta tem 6 colunas por 50 centímetros de altura, e por isso, esta é a base de medida que devemos adotar para o cálculo. Sendo assim, nota-se que a licitante Gonçalves





Cordeiro aplica por seu próprio critério um desconto maior do que 87% do valor real da mídia.

E neste ponto podemos verificar que a licitante fere as regras editalícias em dois pontos cruciais. O primeiro ao não utilizar a tabela de valores cheios conforme estabelece o item 7.29.1 deste edital, assim como, num segundo ponto, sua proposta extrapola em 270.348,00, o valor de verba referencial no briefing do mesmo.

Ou seja, quando verificamos o valor “correto” de aplicação da tabela do veículo a proposta da licitante Gonçalves Cordeiro teria um valor total de R\$ 1.470.248,40, excedendo a verba estabelecida em 18,38%. Ora, se esse não é um erro grave e que acarreta na desclassificação da licitante, e novamente, por descumprir 2 pontos cruciais do que estabelece o edital, o que seria então considerado “ERRO GRAVE”.

E diante disto, recorremos à Ata de Julgamento Invólucro nº 01, divulgada e assinada pelos membros da subcomissão técnica, onde buscamos a justificativa para atribuição das notas, entretanto, nos deparamos com a seguinte situação:

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10,00	2,00	A estratégia de mídia é adequada para suprir os desafios e objetivos do briefing.
	b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	8,50	1,70	Embora a campanha esteja dentro da verba, o plano de mídia apresenta algumas inconsistências.
	c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo da campanha	10,00	2,00	Apresentou os hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativas das notas, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia para a licitante Gonçalves Cordeiro.

Em relação ao item b) da planilha preenchida pelo membro 1 da subcomissão devemos nos atentar a 2 aspectos:

1. o julgador atribui justificativa assumindo que a proposta da licitante Gonçalves Cordeiro apresenta inconsistências, mas afirma que a campanha esteja “DENTRO DA VERBA”, o que demonstramos acima ser uma grande inverdade.
2. ao cometer o equívoco do ponto anterior, o julgador não considera que tal inconsistência, que deveria sim ser considerada “ERRO GRAVE”, compromete a proposta da licitante ao extrapolar a verba referencial





estabelecida no briefing. O que seria passível de desclassificação por não atender as exigências do edital, conforme item 8.12.:

8.12. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

*Recorte do item 8.12 do edital.

A concorrência pública 001/2024 segue o tipo “TÉCNICA E PREÇO”, isso quer dizer que para o julgamento da mesma a subcomissão precisa estar atenta e TECNICAMENTE preparada para observar as especificidades do que trata as relações do mercado publicitário que envolve entre muitos aspectos a compra de espaços de mídia em veículos de comunicação.

Dito isto, fica evidente o despreparo do julgador que não avalia as propostas das licitantes conforme as exigências do edital, assumindo a existência de inconsistências e as ignorando ao colocar na primeira colocação do certame uma agência que comprovadamente deveria estar desclassificada do certame.

E um fato que surpreende é que os demais membros da subcomissão também constatarem o mesmo erro grave, mas não consideram a desclassificação, conforme pode ser verificado abaixo:

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10,00	2,00	Apresentou estratégia de mídia compatível com as ações planejadas.
	b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	8,00	1,60	No geral, demonstra boa defesa estratégica, apesar de apresentar algumas inconsistências no plano de mídia.
	c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo da campanha publicitária;	10,00	2,00	Traz dados atuais dos hábitos de consumo em todos os meios.

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativas das notas, do membro 2 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia para a licitante Gonçalves Cordeiro.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	8,00	1,60	Apesar de alguns valores estarem divergentes com as tabelas de alguns veículos, o plano de mídia é exequível com a verba disponibilizada.
	c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo da campanha publicitária;	10,00	2,00	Citou pesquisas e realizou a análise dos hábitos de consumo de comunicação.

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativas das notas, do membro 3 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia para a licitante Gonçalves Cordeiro.

Ao deixar de contabilizar custos necessários para a execução do plano de comunicação proposto, a proponente obtém vantagem competitiva no processo, pois os valores não contabilizados lhe permitem aproveitar a verba de maneira





mais abrangente, seja ampliando a quantidade de inserções nos veículos de comunicação, seja adicionando mais itens na sua campanha.

Com efeito, é pacífico o entendimento jurisprudencial no sentido de que deve haver a desclassificação da proposta técnica da licitante que viola regra básica que retira o caráter isonômico da licitação e que foi estipulado pelo instrumento convocatório. Isso porque, especialmente nas contratações de serviço de publicidade, pois, além do descumprimento do edital, essa conduta fere de morte a competitividade, a paridade de armas e a isonomia entre os licitantes, os quais elaboraram as suas propostas com base em parâmetros e limites que devem ser espeitados por todos os licitantes.

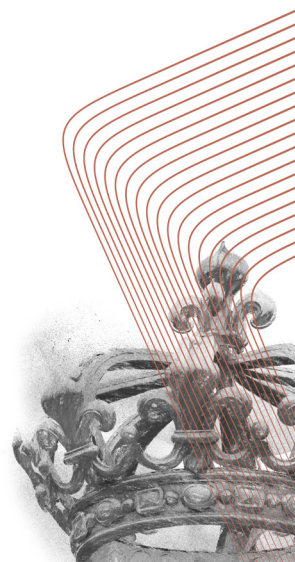
Essa conduta não pode ser admitida e entendimento contrário implica em desvantagem para aqueles licitantes que se mantiveram dentro da verba de referência.

Desta forma, requer-se desclassificação da Gonçalves Cordeiro, consoante item 8.12 do edital.

Subsidiariamente, caso, não se entenda pela desclassificação, que seja revisada as notas neste quesito, por deixarem de observar regra objetiva da proposta e que demonstra inaptidão técnica.

2.2. INCOERÊNCIA DE JULGAMENTO EM RELAÇÃO AO DESAFIO PROPOSTO

De acordo com o briefing apresentado no edital, as licitantes precisavam formatar planos de comunicação publicitária com o objetivo de superar desafios específicos. E abaixo podemos verificar qual era este:





ESTADO DE MATO GROSSO CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

Nosso desafio é transmitir a sociedade a importância do Poder Legislativo para garantir o desenvolvimento socioeconômico de Cuiabá através do trabalho desenvolvido pelos vereadores, seja por meio de um projeto de Lei, de uma indicação, seja pela fiscalização dos gastos e da boa aplicação das políticas públicas.

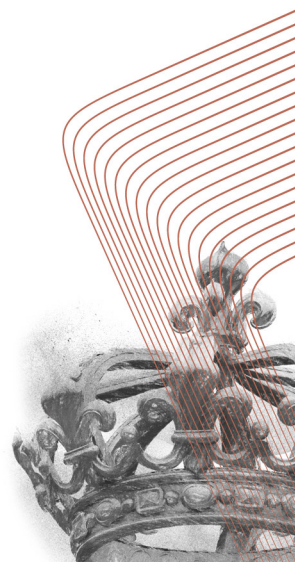
Objetivo prioritário - fortalecer a imagem da Câmara de Vereadores evidenciando a atuação dos vereadores em benefício da sociedade

Objetivo secundário - Divulgar os canais de comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.

*Recorte do briefing anexo ao edital, com destaque para o desafio e objetivo para formatação do plano de comunicação publicitária.

Os princípios da comunicação publicitária e os objetivos propostos pelo briefing estabelecem com muita clareza que a campanha simulada, e que deveria apresentar a capacidade técnica das licitantes, deveria colocar o trabalho da Câmara Municipal de Cuiabá e por conseguinte o trabalho dos vereadores em PAPEL DE PROTAGONISMO para o desenvolvimento socioeconômico de Cuiabá. Desta forma, não há dúvidas de qual deveria ter sido o critério principal de avaliação das estratégias e ideias criativas das licitantes pela subcomissão técnica.

Entretanto, o que presenciamos foi uma condução equivocada e distorcida do que se estabelecia o briefing. Novamente, a subcomissão não realizou o julgamento das propostas com atenção ao que se exigia no edital: Vejamos os exemplos abaixo:





*Exemplo de peça da ideia criativa proposta pela licitante Gonçalves Cordeiro.

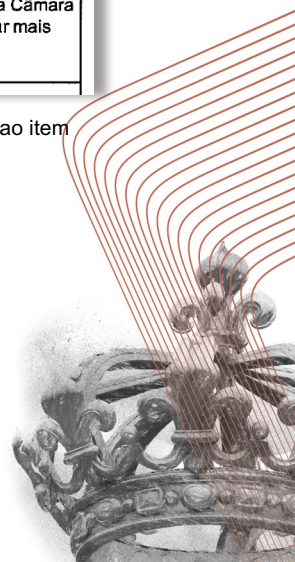
Ora, se o briefing “DESAFIO” estabelecia que a proposta colocasse a Câmara Municipal de Cuiabá e o trabalho de seus vereadores em papel de PROTAGONISMO, seria correto afirmar que a estratégia apresentada pela licitante Gonçalves Cordeiro foi no mínimo equivocada, pois evoca como protagonista o cidadão. E isso fica claro quando reproduzimos o texto da peça “ONDE TEM LEIS EFICIENTES TEM O DEDO DO CIDADÃO.” Ou seja, na visão da licitante Gonçalves Cordeiro quem trabalha é o CIDADÃO e não o VEREADOR, e essa é uma proposta oposta ao desafio estabelecido. Vejamos o que justifica a subcomissão técnica:

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9,50	2,71	De forma geral, a campanha é pertinente e atende aos desafios do briefing. Poderia ter aprofundado mais no trabalho da Câmara trazendo mais ações em algumas peças, como no folder.
--	------	------	---

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Ideia Criativa para a licitante Gonçalves Cordeiro.

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9,00	2,57	A ideia visual transmite uma comunicação integrada nas peças, e a informação sobre a atuação da Câmara é atual e diversificada. Contudo faltou explorar mais entregas nas peças de mídia impressa.
--	------	------	--

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 2 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Ideia Criativa para a licitante Gonçalves Cordeiro.



b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9,00	2,57	As leis e projetos da Câmara são trabalhados na campanha, gerando identificação com os públicos e valorizando a atuação dos vereadores. Mas apresenta poucas ações em algumas peças.
--	------	------	--

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 3 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Ideia Criativa para a licitante Gonçalves Cordeiro.

O que demonstramos acima é que o julgamento da subcomissão não observou os critérios estabelecido pelo próprio edital, pois ignorou o desafio de comunicação estabelecido no briefing.

Ressalte-se, mais uma vez, a justificativa, vazia, simplória dos membros da Sub Comissão para as notas da licitante Gonçalves Cordeiro: “atende aos desafios do briefing”.

Essa é de fato, uma compreensão totalmente equivocada da exigência editalícia.

E para demonstrar objetivamente como as campanhas deveriam responder ao desafio de comunicação estabelecido trazemos abaixo exemplo de peça proposto pela licitante ZF Comunicação. Veja:

*Exemplo de peça da ideia criativa proposta pela licitante ZF.





Perceba-se que a estratégia apresentada nas peças da licitante ZF respondem com a maior clareza possível o desafio de comunicação do briefing, pois em seu título diz: “NO CENTRO DO PROGRESSO ESTÁ O TRABALHO DOS VEREADORES...” e segue pontuando as ações de acessibilidade, inclusão social, segurança, entre outros. Ou seja, é o protagonista VEREADOR que promove através de suas ações o desenvolvimento de Cuiabá e beneficia os cidadãos.

Outro equívoco escandaloso no julgamento realizado pela subcomissão técnica foi afirmar que a estratégia da licitante ZF alcançava e priorizava apenas os bairros centrais de Cuiabá. Ora, ou os julgadores NÃO LERAM, e, portanto, não deram a devida atenção às peças para o julgamento, ou simplesmente ignoraram todo o exposto pela agência. Vejamos a reprodução do texto da peça anúncio de jornal acima:

Com leis que trazem mais qualidade de vida, indicações que levam melhorias aos bairros, além da cobrança e fiscalização de obras e ações públicas, a Câmara exerce papel central na construção da Cuiabá que queremos.

*Recorte do texto apresentado na peça da ideia criativa proposta pela licitante ZF.

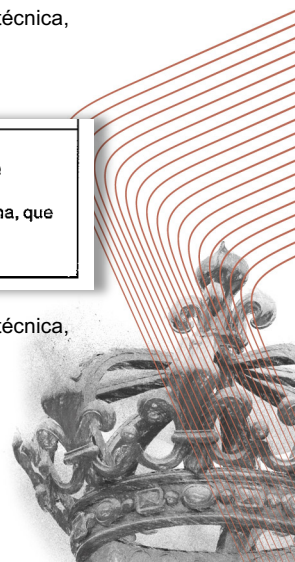
E diante disto, recorreremos à Ata de Julgamento Invólucro nº 01, divulgada e assinada pelos membros da subcomissão técnica, onde buscamos a justificativa para atribuição das notas, entretanto, nos deparamos com a seguinte situação:

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	7,50	2,14	A ideia criativa aborda as realizações da Câmara, mas o conceito não atende à importante necessidade de proximidade da Câmara com os públicos.
--	------	------	--

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 1 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Ideia Criativa para a licitante ZF.

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	8,00	2,29	Trabalha nas peças diferentes personagens e conteúdos das ações, porém há um grau de dificuldade na mensagem central da campanha, que acabou prejudicando seu desempenho.
--	------	------	---

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 2 da subcomissão técnica, ao item b) do subquesto Ideia Criativa para a licitante ZF.





b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	8,00	2,29	A campanha foi feliz na escolha de um símbolo da cidade e cores institucionais da Câmara, além de leis e projetos, mas a solução do conceito não é pertinente para o uso na comunicação do Legislativo municipal.
--	------	------	---

*Recorte da Ata de Julgamento Invólucro nº 01 com justificativa da nota, do membro 3 da subcomissão técnica, ao item b) do sub quesito Ideia Criativa para a licitante ZF.

Seja no item b) do subquesito Ideia Criativa, como demonstrado acima, ou em qualquer outro item e suas justificativas, a subcomissão mantém o foco sobre o desafio ao qual a licitante deveria cumprir. É difícil ser mais claro no cumprimento deste desafio do que a licitante ZF foi ao colocar “NO CENTRO DO PROGRESSO ESTÁ O TRABALHO DOS VEREADORES...”.

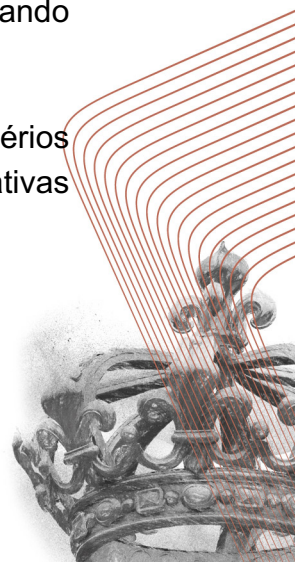
A subcomissão desvia toda sua atenção no julgamento da proposta da licitante ZF para o termo CENTRO, e justifica que a estratégia utilizada pela agência é equivocada por centralizar as ações da Câmara nas regiões centrais, afastando-a dos bairros mais periféricos. Ora, propor que a Câmara tem papel CENTRAL no desenvolvimento da cidade é limitar sua ação ao bairro CENTRO, só pelo uso do termo / palavra? Se seguirmos este raciocínio jamais poderíamos, daqui por diante, comunicar às pessoas que o obelisco frente do prédio da instituição representa o CENTRO GEODÉSICO. Afirmando isso estaríamos corroborando a teoria de que a Câmara só se posiciona pra quem vive no centro de Cuiabá?

Como visto acima, não há qualquer texto, dizeres, expressão, imagem, símbolo ou slogan que possa caracterizar-se um privilégio para a população central de Cuiabá.

Com a devida vênua, mas não é preciso ser exegeta em interpretação de texto, tampouco um mestre em literatura, para perceber que a palavra “Centro” utilizada pela ZF Comunicação não faz referência a região central de Cuiabá

Não se sabe bem os motivos que tenham conduzidos a subcomissão a essa bisonha interpretação, mas fica clara a sua disposição de diminuir a nota da ZF Comunicação sem qualquer parâmetro e aderência à realidade quando usou como fundamento a simples menção da palavra “centro” nas peças.

Por estas razões, o julgamento deste item, mesmo com critérios claramente objetivos, mostra alto grau de subjetividade nas justificativas apresentadas e fuga dos critérios estabelecidos no edital.





Entendemos que, apesar das justificativas apresentadas, nossas notas poderiam ser melhores numa reanálise comparativa entre a nossa proposta e a proposta apresentada pela Gonçalves Cordeiro, de forma a equalizar as notas das duas proponentes.

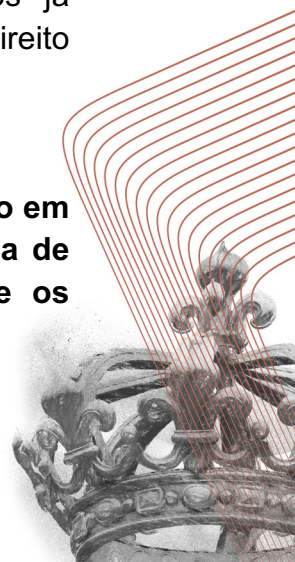
Desta forma, de acordo com os fatos descritos, pedimos à Subcomissão Técnica a reavaliação da nota desta licitante no quesito Ideia Criativa para com as seguintes solicitações:

- a) Reanalisar as notas desta licitante de forma objetiva e apresentar, com base no edital, na Lei 12.232/2010 e na Lei 14.133/2021, a pontuação e justificativa detalhada de cada uma das dez peças apresentadas pelas licitantes Gonçalves Cordeiro e ZF Comunicação dentro de cada critério estabelecido para o julgamento e sua respectiva pontuação proporcional para cada peça até se alcançar o total de 10 (pontos), nota máxima do quesito.
- b) Apontar e justificar detalhadamente, nas propostas das licitantes Gonçalves Cordeiro e ZF, quais os critérios solicitados no briefing do edital que foram contemplados e não contemplados pela ideia Criativa de cada proponente e, com base nisso, a respectiva pontuação.
- c) Em função do não atendimento ao briefing e pelos fatos apresentados, reduzir a nota final média do subquesito Ideia Criativa da licitante Gonçalves Cordeiro em 5 (cinco) pontos, na média.
- d) Em função do atendimento dos critérios estabelecidos no briefing, a majoração da nota final média do subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária desta licitante para 10 (dez) pontos.

DOS PEDIDOS:

Diante de tudo ora exposto, a RECORRENTE requer à PRESIDÊNCIA DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO, complementando os pedidos específicos já realizados em cada assunto exposto, a conhecer as razões de fato e de direito do presente recurso, dando-lhe provimento para:

1. Anular o julgamento da proposta técnica da Subcomissão em face da Proposta Técnica da Licitante Gonçalves Cordeira, sob pena de configura-se favoritismo administrativo, quebra da isonomia entre os





licitantes e ofensa aos princípios da legalidade, isonomia, impessoalidade e igualdade no processo licitatório.

Na remota hipótese de não ser este o entendimento deste órgão, requer-se, em caráter sucessivo, o que se segue abaixo:

2. Convocar a Subcomissão Técnica, com o propósito de se manifestar acerca das razões de fato e de direito e dos pedidos veiculados nesta peça recursal;

3. Incumbir a Subcomissão Técnica de adotar as providências a seu cargo no sentido de efetuar nova avaliação e julgamento das propostas técnicas das licitantes a seguir, em face dos motivos acima narrados e demonstrados e dos respectivos pedidos:

a) Desclassificar a Gonçalves Cordeiro, nos termos editalícios e legais citados, os quais foram infringidos;

a.1) que, caso a Subcomissão Técnica não desclassifique a licitante, que as notas de sua proposta técnica sejam reduzidas pela Subcomissão Técnica, mediante a aplicação correta dos critérios definidos no edital, a fim de garantir o princípio da isonomia entre as licitantes;

b) Revisão geral do julgamento e das notas da ZF Comunicação, a fim de que suas notas sejam majoradas no máximo estabelecido para cada quesito e subquesito, em razão de seu pleno atendimento a todos os quesitos definidos no edital, bem como para que o julgamento isonômico e comparativo seja estabelecido com as demais licitantes em análise. Adicionalmente, que se faça que se faça a devida despontuação das licitantes Gonçalves Cordeiro, Genius e Soul, em razão dos descumprimentos das normas do edital, conforme demonstrado de forma cabal;

b.1) que, caso a Subcomissão Técnica não aumente as notas da ZF Comunicação, que todos os seus integrantes consignem em ata suas recusas, de forma justificada, objetiva, técnica e criteriosa, bem como que a referida ata passe a ser parte integrante do processo deste certame;

c) que as notas da Gonçalves Cordeiro, Genius e Soul, sejam revisadas pela Subcomissão Técnica, a fim de que se faça a devida despontuação das licitantes, em razão dos descumprimentos das normas do edital, conforme demonstrado de forma cabal, neste Recurso; bem como para que o julgamento isonômico seja estabelecido;

c.1) que, caso a Subcomissão Técnica não reduza as notas Gonçalves Cordeiro, Genius e Soul, que todos os seus integrantes consignem em ata suas recusas, de forma justificada, objetiva, técnica e criteriosa, bem como que a referida ata passe a ser parte integrante do processo deste certame;





Nestes termos, pedimos deferimento.

Cuiabá-MT, 06 de novembro de 2024.

**ZIAD A FARES PUBLICIDADE (ZF COMUNICAÇÃO)
PP. AURELIANO DEL ISOLA RAMOS**

