

Assunto **Impugnação aos recursos interpostos**
De Denis Ribeiro Leite <denis@engenhodeideias.com.br>
Para <comissaolicitacoes.sma@erechim.rs.gov.br>, Ricardo Jaques
<ricardo@engenhodeideias.com.br>
Data 2019-04-16 15:15

PREFEITURA DE
ERECHIM

- Impugnação_JSMAX_conc.03.2018.pdf (~11 MB)

Boa tarde, conforme combinado estamos enviando em anexo as contra razões da JSMAX, aos recursos interpostos referente a concorrência 03/2018. Informo também que o mesmo material esta sendo despachado via Sedex, aos cuidados da Sra. Andreia presidente desta comissão. Por favor acusar recebimento. Atenciosamente!

--

Denis Ribeiro Leite

Analista Administrativo Financeiro

CRA/RS 46553/O

51 3273.3100 / 51 98543.9277

Rua Barão do Amazonas, 426 - 3º andar

Petrópolis / Porto Alegre / RS / 90670-000



ENGENHO DE IDEIAS

ILMA, SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES DA
PREFEITURA MUNICIPAL DE ERECHIM, RS

Protocolo nº 509/19

Data: 16/04 Hora: 15:15

Luiz Paulo Rech

Responsável/Setor Licitações
Prefeitura Mun. de Erechim

Concorrência nº 03/2018

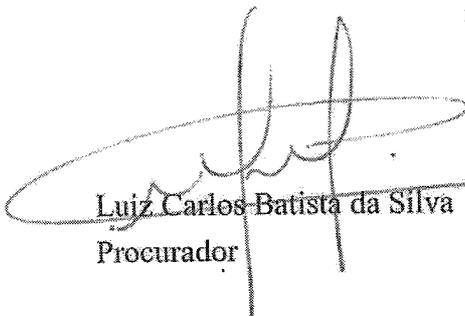
Contratação de agência de publicidade e propaganda

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

Requer digno-se esta Comissão a receber a impugnação apresentada e, no caso de ser considerada a observação da impugnada, a encaminhá-la à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

Termos em que pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 16 de abril de 2019.


Luiz Carlos Batista da Silva
Procurador

07.895.771/0001-33

JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA - ME

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

PORTO ALEGRE - RS



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 03/2018

RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO

RECORRENTES

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA.

TEMPERO PROPAGANDA LTDA.

CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA.

REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

DOUTA COMISSÃO

1 DAS RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO

As concorrentes Agência de Publicidade Tig Ltda., Tempero Propaganda Ltda., Conexão B Assessoria e Publicidade Ltda. e Referência Comunicação e Marketing Ltda. apresentaram recursos postulando, entre outras matérias, a revisão de notas, a desclassificação desta impugnante e a nulidade do certame. Não assiste razão a qualquer dos pleitos em questão. Abaixo vão os fatos e fundamentos jurídicos que autorizam tal conclusão.

1.1 A LEI 12.232/2010 E A EXISTÊNCIA DE UMA AVALIAÇÃO TÉCNICA NÃO IDENTIFICADA

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



ENGENHO DE IDEIAS

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

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

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

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

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



ENGENHO DE IDEIAS

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

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

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

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

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

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

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

Depois que a subcomissão técnica atribui uma pontuação a cada proposta, e uma vez que o processo chega à etapa do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei 12.232/2010¹, a pontuação

¹ VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos: a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária; b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária,



ENGENHO DE IDEIAS

não pode mais ser alterada. Isso porque o principal elemento garantidor da imparcialidade já não mais existe: o anonimato. As propostas já estão publicamente vinculadas aos respectivos licitantes. Quaisquer questões que digam respeito ao descumprimento da lei ou do edital, nesse momento, somente poderão se traduzir em desclassificação do licitante descumpridor da norma.

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

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

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

Os critérios de avaliação das propostas técnicas contidos no item 7.3 do edital deste processo, deixam isso claro. São critérios de julgamento, por exemplo, “a acuidade de compreensão sobre as características do município de Erechim e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária” (7.3, letra A, I, 1), a “adequação do

para identificação de sua autoria; c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica; d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;



ENGENHO DE IDEIAS

tema e do conceito propostos à natureza do desafio de comunicação a ser enfrentado” (7.3, letra A, II, 1), e a “adequação [da Ideia Criativa] ao desafio da comunicação” (7.3, Letra A, III, 1), por exemplo.

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

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

1. Da impossibilidade de revisão das notas da via identificada

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

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

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

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



2. Das razões de revisão de notas apresentadas pela TIG

A TIG apresentou recurso requerendo, em caráter sucessivo, em claro desconhecimento da lei, a revisão de notas. Os argumentos traçados acima já servem para a rejeição dos argumentos da recorrente, mas passamos à análise mais aprofundada dos fundamentos apresentados.

Em primeiro lugar, a TIG deixa absolutamente claro que não entendeu os desdobramentos do processo. Ela alega que teria havido ilegalidade e anomalia no procedimento quando a Comissão Permanente de Licitações enviou comunicado à Subcomissão Técnica para que, após a identificação das propostas, não houvesse revisão das pontuações, mas apenas a explicitação dos motivos das diferenças. Diferentemente do que a TIG deixa claro no seu recurso, a Comissão de Licitações demonstra conhecimento da legislação e da teleologia da lei.

Como já foi sobejamente fundamentado e demonstrado acima, a Lei 12.232/2010 foi formulada de tal forma que não se permitisse à Subcomissão Técnica que reatribuísse notas às propostas técnicas após a sua identificação, sob pena de violação aos princípios da pessoalidade e da moralidade. A Comissão de Licitações encaminhou comunicado à Subcomissão Técnica apenas com o intuito de salientar tal vedação. Uma vez que as propostas estão identificadas, não existe mais qualquer possibilidade de revisão de notas.

Sobre a questão, a Lei 12.232/2010 dispõe o seguinte:

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

[...]

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

A norma é direcionada à Administração Pública, na elaboração do edital. No caso, foi cumprida a disposição da lei com o item 7.4.1 do edital, assim redigido:



ENGENHO DE IDEIAS

7.4. As propostas técnicas serão pontuadas individualmente pelos membros da subcomissão técnica, que, para apuração do resultado das notas finais de cada quesito, realizará a média aritmética das avaliações individuais.

7.4.1. Se na avaliação de um quesito ou sub-quesito a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima definida neste edital, os membros da subcomissão reavaliarão a nota atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações.

7.4.2. Caso os avaliadores das pontuações destoantes entenderem por não retificar a nota atribuída, deverão registrar suas justificativas em ata, que será assinada por todos os membros da subcomissão técnica.

Como ficou claro na comunicação de 21 de março de 2019, encaminhada pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica:

Após análise, a Comissão Permanente de Licitações verificou que a avaliação não contemplou o item 7.4, subitem 7.4.1 e 7.4.2 [...].

Sendo que, já foram abertas as vias identificadas não há o que se falar em reavaliação, mas sim, deverão ser feitas as justificativas das notas, conforme itens supracitados do edital.

Requeremos que a Subcomissão se reúna e sane o apontamento acima a fim de evitar que suscite a nulidade da avaliação em sede de recurso pelas licitantes.

O item 7.4.1 estabelece uma regra de julgamento, o que significa que cabe à Subcomissão Técnica reavaliar as propostas, durante a própria sessão, eventualmente alterando notas ou justificando a ausência de alteração. O que ocorreu foi que, justamente com o intuito de manter a higidez do procedimento, a Comissão de Licitações determinou que a Subcomissão Técnica apresentasse a motivação, conforme define o instrumento convocatório, nos termos da lei. No caso, houve reavaliação, e a motivação das notas foi apresentada, ainda que depois do julgamento.

Tratando-se de regra de julgamento, a reavaliação não será apontada necessariamente como tal no bojo da ata de sessão. A lógica do sistema impõe aos avaliadores que façam uma análise prévia e, identificando distância maior que 20%, analisarem novamente, justificando eventual manutenção das notas com a diferença em questão. Neste caso, tanto é provável que tenha havido reavaliação, que há notas nos manuscritos do julgamento das



vias não identificadas com alterações (naturalmente pretéritas à identificação das propostas).

Não assiste qualquer razão à TIG quanto à possibilidade de revisão das notas, tampouco quanto a eventual reconhecimento de ilegalidade na atuação da Comissão Permanente de Licitações, que, com conhecimento da lei e do edital, sanou potencial irregularidade.

Assim sendo, deve ser negado provimento ao recurso quanto ao ponto em questão.

1.2 DO FORMALISMO MITIGADO

Muitos dos argumentos formulados pelas recorrentes dizem respeito a supostos descumprimentos de formalidades na apresentação de documentos por esta impugnante e por outras licitantes nas diversas fases do processo. No entanto, antes de adentrarmos ao debate específico sobre os temas suscitados, é fundamental compreendermos o conflito de princípios de Direito Administrativo em matéria de licitações ora em jogo.

De início, ressaltamos que a licitação, da forma como positivada no nosso ordenamento jurídico, tem natureza dupla, reunindo em si as características de ato e de processo simultaneamente, como se pode extrair do parágrafo único do art. 4º da Lei 8.666/1993, da seguinte forma redigido:

O procedimento licitatório previsto nesta lei caracteriza ato administrativo formal, seja ele praticado em qualquer esfera da Administração Pública.

É ato administrativo formal porque deve seguir a forma prevista em lei, no caso, nas Leis 8.666/1993 e 12.232/2010.

A forma, no entanto, não existe como fim em si mesmo. Ela tem o propósito de cumprir determinadas funções. A título de exemplo, a padronização absoluta da via não identificada do plano de comunicação publicitária tem a finalidade de garantir o anonimato durante a primeira fase do julgamento das propostas. A limitação comumente inserida no edital



ENGENHO DE IDEIAS

atinente a quantidades e tipos de peças admitidas tem a finalidade de garantir a isonomia. A exigência do conjunto de informações do proponente tem a finalidade de garantir que o concorrente terá condições de cumprir o contrato, bem como de garantir publicidade e transparência às contratações.

Ainda que seja processo formado pela sucessão de atos administrativos formais, deve-se, da mesma forma que no processo judicial, observar o princípio da instrumentalidade.

É nesse sentido, por exemplo, que julga o STJ o tema:

ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. LICITAÇÃO. INABILITAÇÃO. DOCUMENTO DECLARADO SEM AUTENTICAÇÃO. FORMALISMO EXACERBADO. PRECEDENTES. 1. Esta Corte Superior possui entendimento de que não pode a administração pública descumprir as normas legais, em estrita observância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, previsto no art. 41 da Lei n. 8.666/1993. Todavia, o Poder Judiciário pode interpretar as cláusulas necessárias ou que extrapolem os ditames da lei de regência e cujo excessivo rigor possa afastar da concorrência possíveis proponentes. 2. Agravo interno a que se nega provimento.

(STJ. Processo AgInt no REsp 1620661 / SC. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL 2016/0217174-7. Relator(a): Ministro OG FERNANDES (1139). Órgão Julgador: T2 - SEGUNDA TURMA. Data do Julgamento: 03/08/2017. Data da Publicação/Fonte: DJe 09/08/2017.)

O formalismo na licitação deve ser ponderado sempre em contraposição aos princípios da concorrência e da contratação mais vantajosa para a Administração Pública. Pelo princípio da concorrência, como pontua o relator na ementa acima, não se há de impor rigor excessivo na interpretação sobre a forma direcionada à prática de atos na licitação, sobretudo quando eles cumprem a sua finalidade, justamente com o intuito de permanecerem o maior número de licitantes possíveis no processo. A ampla concorrência é precisamente o que torna factível o cumprimento do princípio da contratação mais vantajosa para a Administração Pública — afinal, se não há concorrentes, ou se há poucos classificados por motivos da mera forma pela forma, a probabilidade de o ente licitante obter a melhor proposta é reduzida.

Nesta licitação, por exemplo, o item 4.4.4 orienta a forma com a qual devem contar o Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro Não Identificado e Invólucro A) e as Informações do Proponente (Invólucro B):

4.4.4. A proposta técnica – composta do Plano de Comunicação Publicitária e das Informações do Proponente – deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto as expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, 75gr ou 90gr, orientação retrato;
- com textos justificados;
- com espaçamento simples entre linhas;
- com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
- caderno único, com espiral preto, sem capas ou páginas divisórias, com identificação da licitante;
- todas as páginas numeradas em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página.

* Este mesmo caderno deve conter espaços (bolsos) para acomodação do Folder e pendrive, conforme solicitado nesta licitação.

Se, por um lado, faz pleno sentido que se exija com o mais absoluto rigor o cumprimento de todos os requisitos de forma do item 4.4.4 para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, uma vez que, nesta etapa, a impessoalidade deve imperar mais ainda que em outras situações, o mesmo não pode ser dito quanto às fases posteriores à abertura da via não identificada e à identificação das propostas com a sua consequente vinculação ao proponente.

Não atentar para a instrumentalidade das formas aumentaria exponencialmente o número de licitações fracassadas em razão da desclassificação da totalidade dos concorrentes por meras irregularidades formais, materialmente irrelevantes para o processo. Isso aumentaria desproporcionalmente os custos já elevados com os quais a Administração Pública (e consequentemente o povo como um todo) teria de arcar cotidianamente com a realização de licitações para a formalização de contratos, ferindo então o princípio constitucional de eficiência.

Deve-se, portanto, ter sempre em mente o formalismo valorativo, instrumental ou mitigado quando da análise dos pleitos das recorrentes, sobretudo para tudo aquilo que diz respeito a detalhes de forma aplicáveis ao conteúdo dos cadernos e invólucros que não sejam a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

Isso considerado, passamos à análise dos argumentos apresentados pelas recorrentes.

1.3 DOS ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA AGÊNCIA CONEXÃO B

A licitante Conexão B apresentou razões recursais sustentando ilegalidade na forma como foi efetuada a justificação das notas pela Subcomissão Técnica, após diligência da Comissão Permanente de Licitações. Essa é a única matéria suscitada pela Conexão B.

Alega a recorrente que “não há, legal ou editalmente [sic], a possibilidade de justificar as notas sem a efetivação da reavaliação e, pior após a identificação das mesmas.” Afirma ainda que “não há possibilidade, ao menos com amparo legal, da subcomissão, retomar o julgamento após a identificação dos proponentes. E, de fato, justificar as notas e cumprir a lei e o edital, após a identificação dos licitantes não é procedimento lícito.”

Apesar de ter relação com os fundamentos já apresentados acima, a questão suscitada pela Conexão B é distinta. Ela não objetiva a revisão de notas, mas sim a anulação do processo por suposto descumprimento do edital e da lei. Não lhe assiste qualquer razão, contudo.

Como já foi dito acima, não houve descumprimento do edital, seja pela Comissão de Licitações, seja pela Subcomissão Técnica.

Como já foi dito, a reavaliação das propostas é critério de julgamento, sendo procedimento seguido pela Subcomissão Técnica, que deve apresentar fundamentação para as notas atribuídas. No caso, não houve qualquer reatribuição de notas após a identificação das propostas.

A realização de diligências pela Comissão de Licitações para sanar questões no processo licitatório é claramente admitida pelo art. 43, § 3º, da Lei 8.666/1993, assim redigido:

§ 3º É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do



processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

Como se pode ver da regra em questão, a Comissão pode, em qualquer fase da licitação, promover diligências para esclarecer a instrução do processo. A exceção da parte final do dispositivo, veda somente a inclusão de informação que devesse constar da proposta do licitante. Constituindo exceção à regra, deve ser interpretada restritivamente, o que significa que a complementação de informação de obrigação da Subcomissão Técnica pode ser feita por diligência.

A Comissão obedeceu à disposição da lei, realizando diligência com o objetivo de esclarecer informação de competência da Subcomissão Técnica, que não modificou as notas das concorrentes após a sua identificação.

A Conexão B colacionou, no seu recurso, ementas de julgados do TJ/RS e do TCE/PR, com o propósito de corroborar a sua fundamentação. No entanto, não há qualquer pertinência temática entre o argumento recursal e as ementas, que tratam de matérias não relacionadas com os argumentos da recorrente.

Não assiste qualquer razão ao recurso da Conexão B, devendo ser desprovido, nos termos da fundamentação.

1.4 DOS ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA REFERÊNCIA

A agência Referência alega, no seu recurso, (1) que a lei exigiria que os julgadores apresentassem avaliações individualizadas para cada membro da Subcomissão Técnica sobre as propostas dos licitantes, não tendo sido encaminhadas cópias dos manuscritos de cada avaliador aos concorrentes, (2) que a impugnante teria apresentado a peça de banner de internet em 4 possibilidades diferentes, enquanto o item 4.2.3 do edital teria exigido apenas uma peça para cada tipo de veículo, e que (3) no envelope "B", teria fugido das



especificações de apresentação, “desde o modelo de encadernamento até a formatação dos textos apresentados, contidas no edital”.

1. Da avaliação da Subcomissão Técnica

Segundo afirma a recorrente, em uma leitura equivocada da lei, cada membro da Subcomissão Técnica teria o dever de apresentar fundamentação para a atribuição das notas de cada concorrente.

Entendemos que a interpretação sugerida pela recorrente aos dispositivos legais suscitados não se alinham à melhor teleologia da norma em razão da exegese do que o legislador objetivou com a inserção do termo *análise individualizada* no bojo da regra em questão. Entretanto, em respeito ao princípio da eventualidade, caso esta respeitável Comissão de Licitações entenda que a lei, ao exigir análise individualizada, não está se referindo necessariamente aos fundamentos da pontuação atribuída à proposta de cada concorrente, deverá ser respeitada a divisão feita na lei dos conceitos de “análise individualizada” e de “julgamento”.

1.1. *Do conceito de análise individualizada e da competência legalmente atribuída à Subcomissão Técnica como órgão uno e indivisível*

Quando o legislador positiva a necessidade de “análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º [da] Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório”, está registrando a necessidade de os julgadores avaliarem as propostas de maneira individualizada, com fundamentos direcionados a cada uma delas.

Isso porque não há na lei qualquer disposição que dê guarida à interpretação da recorrente, tratando os membros da Subcomissão Técnica como julgadores individuais. A título de exemplo, o art. 10, § 1º, da Lei 12.232/2010:

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



Como se pode ver, há individualização da **composição** da Subcomissão, mas quando a lei referencia o julgamento, o faz singularmente em nome da Subcomissão Técnica. Em momento algum a lei positiva o julgamento monocrático das propostas por **membro** da Subcomissão.

O recurso da Referência reconhece que houve justificativa para a atribuição das notas de cada um dos concorrentes. Nos últimos parágrafos da página 2 do seu recurso assim reconhece:

Ambas as atas apresentam a pontuação obtida nos diversos quesitos qualificativos de todos os licitantes participantes do certame ora em tela, obviamente a referência ao envelope "A" apresenta a qualificação precedida por apenas número identificativo, ao tempo em que o envelope "B" apresenta a nomenclatura de cada licitante.

Anexada a cada uma das duas atas pode se perceber planilhamento de notas qualificativas, bem como justificativa, frisa-se, **justificativa conjunta**, ou seja, sem apresentar justificativa **individualizada** de cada quesito e avaliador (anexo 02).

Como se pode ver da documentação do processo licitatório, as justificativas das notas foram sim realizadas e publicadas, de forma individualizada, isto é, cada concorrente recebendo a sua nota com justificativa, conforme consta nas atas 'Ata de Julgamento das Propostas Técnicas – Envelope A', do dia 11 de fevereiro de 2019 e 'Ata de Julgamento das Propostas Técnicas – Envelope B', do dia 15 de fevereiro de 2019.

A recorrente, suscitando o princípio da legalidade, alega:

O direito administrativo tem como princípio básico a legalidade, conforme versa o Art. 37 da Constituição Federal. Tal princípio retira qualquer possibilidade de interpretação fora do que a lei permite, portanto, em relação ao direito administrativo, pode-se fazer apenas o que a legislação permite que se faça, como bem explica o grande jurista Hely Lopes Meirelles, na obra "Direito Administrativo Brasileiro", in verbis:

"Na Administração Pública não há liberdade nem vontade pessoal. Enquanto na administração particular é lícito fazer tudo o que a lei não proíbe, na Administração Pública só é permitido fazer o que a lei autoriza. A lei para o particular significa "poder fazer assim"; para o administrador público significa "deve fazer assim". (p. 82)[...]"



Logo, se a legislação não apresentava a possibilidade de geração de justificativa conjunta de subcomissão avaliadora, muito ao contrário, a feitura de tal torna-se ilegal e erro insanável, eivando o presente processo licitatório de vício que impede que se leve adiante, pois ilegal que é.

O trecho contém uma falácia, um erro lógico de argumentação. Trata-se do que se chama de *non sequitur*, isto é, das premissas não se extrai a conclusão buscada. *De fato*, no Direito Administrativo impera o princípio da legalidade, que significa, *de fato*, que à Administração Pública somente é permitido fazer aquilo que a lei impõe, diferentemente do que ocorre no direito privado. A parte final, no entanto, não decorre logicamente destas premissas. Afirmar que “se a legislação não apresentava a possibilidade de geração de justificativa conjunta de subcomissão avaliadora”, tal procedimento se tornaria “ilegal e erro insanável” não encontra suporte no Direito brasileiro como um todo.

Como já foi dito, a Subcomissão Técnica é tratada, no bojo da Lei 12.232/2010, como *órgão julgador unitário*. A lei jamais dirá que “haverá julgamento conjunto”, porque isso decorre naturalmente das competências que lhes são atribuídas pela própria Lei 12.232/2010. Como já foi fundamentado acima, em momento algum a lei atribui aos membros da Subcomissão Técnica competência para julgar de maneira individualizada as propostas que lhes são submetidas. Não há repartição da competência da Subcomissão Técnica, como quer fazer crer a recorrente, do que decorre legalmente que o julgamento é uno, devendo, sim, ser individualizadas, como impõe a lei, as análises das propostas de cada um dos concorrentes.

1.2. Da clara distinção entre análise individualizada e julgamento

Caso entenda esta Comissão de Licitações que análise individualizada não é questão afeta à atribuição de notas e justificativas a cada concorrente, individualmente considerado, pela Subcomissão Técnica, na condição de órgão julgador dotado de competência legalmente atribuída, ainda assim, não se sustenta o argumento explicitado no recurso. Isso porque a lei trata de “análise individualizada” e de “julgamento” como conceitos cindidos, que não podem ser confundidos.

Se análise individualizada não é a avaliação de cada concorrente distintamente, somente poderá ser a atribuição *da nota* por cada um dos membros da Subcomissão Técnica. A nota, no caso, é somente o valor numérico vinculado aos critérios de avaliação da proposta.



Se assim não fosse, não haveria qualquer necessidade de distinção, no texto da lei, dos termos “análise individualizada” e “julgamento”, como o fazem os incisos III e V do art. 11, § 4º, da Lei 12.232/2010. Nesse caso, se fosse a vontade do legislador a individualização tanto da *análise* quanto do *julgamento*, a redação dos dispositivos em comento não vincularia o adjetivo “individualizada” de maneira clara e exclusiva ao substantivo “análise”.

Se o legislador separa os termos análise e julgamento, ante o corolário de que “a lei não contém palavras inúteis”² deve-se distinguir com clareza os conceitos sob escrutínio.

Julgamento é termo afeto à fundamentação e à atribuição justificada de valor a pessoa ou circunstância, de monta que disso decorre que julgamento, para fins de interpretação dos dispositivos suscitados, é o trecho de que trata a fundamentação atribuída pelos avaliadores às propostas.

Análise é atribuição valorativa, avaliativa, sobre algo, e deve ser compreendida como o trecho de que trata a vinculação de notas atribuídas pelos avaliadores às propostas.

A própria praxe das licitações em matéria de publicidade e propaganda demonstra que as notas são apresentadas discriminadamente pelos avaliadores, enquanto os fundamentos são reunidos e resumidos, utilizando-se as contribuições dos membros da Subcomissão Técnica como conjunto de avaliadores.

Se assim é, a lei não exige, em momento algum, a apresentação de julgamento individualizado, mas tão somente de análise individualizada, o que torna imperativo, também por este fundamento, o desprovimento do recurso da Referência.

1.3. Da realização de diligência para o saneamento do processo

De todo modo, a Comissão de Licitações realizou diligência com o intuito de sanar quaisquer eventuais irregularidades que pudessem vir a ser suscitadas por alegada insuficiência de fundamentação dos julgamentos pela Subcomissão Técnica.

² STJ. Processo EDcl no AREsp 445966 / SC. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL 2013/0403310-5. Relator(a); Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO (1140). Órgão Julgador: T4 - QUARTA TURMA. Data do Julgamento: 27/03/2014. Data da Publicação/Fonte: DJe 09/04/2014.



Como já foi fundamentado em tópico anterior, a realização de diligências pela Comissão de Licitações para sanar questões no processo licitatório é claramente admitida pelo art. 43, § 3º, da Lei 8.666/1993, assim redigido:

§ 3º É facultada à Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

Como se pode ver da regra em questão, a Comissão pode, em qualquer fase da licitação, promover diligências para esclarecer a instrução do processo. A exceção da parte final do dispositivo, veda somente a inclusão de informação que devesse constar da proposta do licitante. Constituindo exceção à regra, deve ser interpretada restritivamente, o que significa que a complementação de informação de obrigação da Subcomissão Técnica pode ser feita por diligência.

A Comissão obedeceu à disposição da lei, realizando diligência com o objetivo de esclarecer informação de competência da Subcomissão Técnica, que não modificou as notas das concorrentes após a sua identificação.

1.4. Da ausência de vinculação entre processos licitatórios de diferentes entes da federação

Posteriormente, a recorrente argumenta que deveria ser aplicado o entendimento adotado pela Comissão de Licitações do Município de Carazinho, em processo licitatório próprio, a este caso, afirmando:

Neste plano consideramos questão pariforme ocorrida no Município de Carazinho, na Tomada de Preços 005/2017, e encaminhamos em anexo parecer da Procuradoria Jurídica da Prefeitura Municipal daquela cidade que sugeriu a anulação daquele certame (anexo 04).

Naquela ocasião a Procuradoria Jurídica alegou a “impossibilidade de prosseguimento do certame, em decorrência do fato da inexistência da avaliação individual de cada membro da subcomissão técnica [...]” Ora, acaso o município de Erechim não encontra-se na mesma Federação que o município de Carazinho? Ou, ainda, não encontram-se ambas na mesma Unidade Federativa? A legislação invocada em ambos os certames é a



mesma, portanto incapaz de ter tratamento distinto, vez que trata-se de direito administrativo.

De início, esclarecemos que, independentemente do entendimento adotado pela Administração Municipal de Carazinho não tem qualquer aplicabilidade no presente processo licitatório. Assim como neste processo a recorrente está citando parecer da Procuradoria Municipal de Carazinho, naquele processo, eventual recorrente poderia citar o entendimento deste ente licitante e de tantos outros que, mais adequadamente ao que dispõem a lei e a Constituição, interpretam o dispositivo em questão como ele deve ser interpretado: que a competência atribuída à Subcomissão Técnica não é repartida, e que, portanto, desde que apresentados os fundamentos que sustentam a nota de cada concorrente, individualmente considerado, o julgamento deverá ser uno.

Não fosse a inexistência de vinculatividade entre diferentes entes da Administração Pública de mesmo nível hierárquico suficiente para desconsiderar por completo o argumento da recorrente (o que afirmamos apenas para fim de integridade argumentativa), esclarecemos ainda que sequer existe a suposta paridade de circunstâncias sustentada pela recorrente. Como se pode ver na fundamentação do referido anexo 4, aquele julgamento foi realizado exclusivamente com atribuição de notas e da justificativa de que teria havido consenso entre os membros. Naquele caso, o que ocorreu, portanto, foi a **inexistência da avaliação** propriamente dita, o que, por todos os motivos apresentados pela Procuradoria Municipal, eiva o processo de nulidade por desrespeito aos princípios da publicidade, do contraditório e da ampla defesa. Isso porque consenso não é fundamento de julgamento, devendo haver a explicitação de **alguma** análise técnica das propostas.

A recorrente argumenta ainda que houve rasuras nas pontuações, e que tais rasuras causariam nulidade, questionando a idoneidade dos membros da Subcomissão Técnica. Saliente-se que nenhuma rasura foi inserida em pontuações após a identificação das propostas. Elas foram inseridas no envelope A — o que inclusive pode indicar revisões de notas — e nas somas das notas tão somente. As rasuras em questão provavelmente foram inseridas após debate com os demais membros da Subcomissão, o que somente evidencia o processo analítico dialógico realizado nas avaliações das propostas.

2. Da suposta apresentação de 4 banners de internet

A recorrente, em um parágrafo solto no meio da sua fundamentação, alega que a impugnante teria apresentado 4 banners de internet no lugar de 1.



Considerando que não houve pedido de desclassificação vinculado à alegação, ao final do recurso, e considerando que tal fundamento é utilizado por outras concorrentes, com pedidos de desclassificação ao final, por ora, apenas esclarecemos que foi apresentado um único banner animado de internet, ilustrados 4 quadros da animação, e não 4 banners, não assistindo qualquer razão à recorrente.

Salientamos que a matéria será aprofundada na capitulação seguinte desta impugnação.

3. Das supostas irregularidades de formatação do conteúdo do envelope B

A recorrente alega, de maneira absolutamente vaga, que a impugnante teria cometido irregularidades na formatação do conteúdo do envelope B, novamente sem qualquer pedido correspondente ao final, com o claro intuito de confundir a Comissão de Licitações. A recorrente limita-se a alegar o seguinte:

[...] Em outro momento, no envelope "B" (informações ao proponente e capacidade de atendimento), a citada agência foge completamente das especificações de apresentação, desde o modelo de encadernamento até a formatação dos textos apresentados, contidas no edital;

A alegação, como dito, não passa de manobra objetivando unicamente a confusão. Não há qualquer informação específica e precisa que permitisse minimamente o adequado exercício do direito de contraditório. A inconformidade da Referência é genérica, e poderia ser direcionada a qualquer concorrente de qualquer licitação, sem que sequer se altere uma vírgula do texto, e quaisquer circunstâncias poderiam ser adaptadas às alegações. O vício, no entanto, permaneceria, também, o mesmo — ao formular o seu argumento, a recorrente o fez sem atentar ao princípio da dialeticidade, que se impõe ao sistema processual brasileiro em todas as suas esferas. A recorrente tem o ônus de apresentar as suas refutações de forma específica e clara, combatendo exatamente os termos do ato atacado, sob pena de violação aos princípios do contraditório e da ampla defesa.

Por cautela, registramos que não há qualquer especificação de formatação direcionada ao envelope B que não tenha sido cumprido por esta impugnante.



1.5 DOS ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA TIG

A agência TIG alega, no seu recurso, (1) que não houve reavaliação das notas, como deveria haver em razão das diferenças das notas maior e menor em 20% ou mais, questão da qual tratamos no início desta impugnação, (2) que esta impugnante teria ignorado o mote de Turismo Rural da campanha, (3) que esta impugnante teria descumprido o edital por utilizar a expressão “puro ar” na sua proposta, (4) que esta impugnante teria apresentado a sua Ideia Criativa em ordem equivocada, (5) que a impugnante teria apresentado 4 banners para internet, (6) que esta impugnante teria apresentado a sua proposta com valores divergentes da tabela do SINAPRO, (7) que esta impugnante teria apresentado seus envelopes A e B com incongruências na sua composição física, (8) que esta impugnante teria utilizado capa dura no seu envelope B, e que isso constituiria ilicitude no processo, (9) que esta impugnante teria apresentado atestado de capacidade técnica em desconformidade com o edital, (10) que esta impugnante teria apresentado 5 cases diferentes no repertório, (11) que esta impugnante teria apresentado os relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas.

A questão atinente à reavaliação das notas já foi tratada no primeiro tópico desta impugnação. Isso dito, passamos às demais considerações.

1. Do mote da campanha

Segundo a agência TIG, uma das supostas impropriedades da JSMAX seria o fato de ter desenvolvido uma campanha focada no tema “Linha de Turismo Erechim”, e não no mote “Turismo Rural”. Afirma a recorrente que o conceito principal foi ignorado, o que seria uma completa afronta ao briefing.

Não é necessária uma análise prolongada para perceber que tal argumento é total e completamente descabido. Em primeiro lugar, o briefing é perfeitamente claro quanto a qual deveria ser o foco da campanha. Dentro da proposta (item 6.1.3 do briefing), a listagem dos trajetos e, ainda mais esclarecedor, o desafio falam especificamente sobre a Linha de Turismo Erechim, informando que este é o serviço a ser divulgado nas peças. O desafio foi redigido da seguinte forma:



Divulgar as potencialidades da Linha de Turismo Erechim, com o intuito de que as informações sobre os passeios turísticos atinjam a população de Erechim e região, despertando o interesse das pessoas em conhecer as rotas propostas.

Ou seja, o foco da campanha está claro. O que o edital pretendia afirmar ao colocar o Turismo Rural como tema geral é que, ao promovermos a Linha de Turismo Erechim, estaremos consequentemente promovendo o Turismo Rural. Um está associado ao outro. A Linha de Turismo Erechim é o serviço por meio do qual o Turismo Rural da cidade está sendo incentivado. Se a TIG interpretou de maneira diferente, trata-se de uma grave incompreensão do briefing, o que pesa contra a capacidade da própria agência.

Aliás, o argumento se mostra ainda mais absurdo quando se percebe que a própria TIG, nas peças de sua proposta, em momento algum utiliza a expressão “Turismo Rural”, dirigindo o foco de sua campanha para – vejam só! – a “Linha de Turismo Erechim”. Em outras palavras, a TIG busca a desclassificação a JSMAX não somente por uma razão vazia, mas também por algo que a própria agência fez em sua proposta.

O que se percebe claramente é que, na falta de razões concretas para desclassificação da JSMAX, a TIG utiliza de **absoluta má-fé**, tentando beneficiar-se da própria torpeza, e alegando como irregularidades circunstâncias presentes na proposta dela própria.

2. Da expressão “puro ar”

A irracionalidade da argumentação da TIG não para por aí. A agência também aponta que a JSMAX utilizou a expressão “puro ar”, julgando tal fato como erro gravíssimo em uma peça publicitária (!!!), pois, segundo a recorrente, se no campo de Erechim é que se respira puro ar, o que se respiraria em outros locais? A argumentação sequer requereria atenção, considerado o tamanho absurdo.

Nota-se que a TIG, mais uma vez, apela para uma questão totalmente descabida para tentar desqualificar a impugnante. Perguntamos: qual o problema de se utilizar a expressão “puro ar”? Ora, trata-se de uma figura de linguagem de uso comum e consagrada, até mesmo poética, utilizada inúmeras vezes por autores, estudiosos, publicitários, jornalistas e cidadãos ao longo da história da língua portuguesa. É simplesmente uma maneira de destacar um dos aspectos positivos do contato com a natureza. Aliás, é exatamente isso que está sendo feito nas peças. O texto diz:



Venha respirar o puro ar do campo, degustar uvas direto das parreiras, conhecer os produtos das nossas agroindústrias e se deliciar com um farto café colonial, entre outras atrações imperdíveis.

Como se percebe, apenas um recurso linguístico para reforçar os prazeres de se estar no campo. Fazer da utilização de tal expressão a base para uma tentativa de desclassificação licitatória é inacreditável, mostrando mais uma vez a má-fé da TIG.

Afinal, mesmo que estivessem corretos em sua impressão (o que, como vimos, não é o caso), de que maneira isso configuraria um motivo para desclassificação? Em algum momento o edital afirma estar proibido usar as palavras “puro ar”?

Argumento absurdo e até mesmo imoral da TIG.

3. Da ordem de apresentação da Ideia Criativa

A TIG apresenta ainda outros argumentos esdrúxulos, ilusórios e absurdos. Em seu recurso, a agência discorre que a JSMAX errou na forma e na ordem da apresentação da Ideia Criativa.

A verdade é que, nem mesmo lendo quatro ou cinco vezes a argumentação da TIG, tal apontamento faz sentido. Primeiro, a agência afirma que a descrição das peças foi feita de forma errônea, uma vez que a JSMAX utiliza apenas, por exemplo, “Cartaz A3” e não “Cartaz tamanho A4, 4x0 cor”. Somente o fato de citar cartaz tamanho A4 já desabona por completo a colocação da TIG, pois está bem claro que o tamanho é A3. Mas a argumentação é infundada simplesmente porque, em momento algum do edital, é informado que aquela descrição é exatamente a mesma que deve constar na Ideia Criativa. O item 4.2.3.1 apenas descreve as especificações de cada peça, sem jamais solicitar que aquele texto esteja na descrição de cada peça. Não há lógica no fundamento apresentado pela TIG, portanto.

A TIG ainda afirma que a JSMAX não teria respeitado a ordem das peças. Mas em que parte do edital é informado que deve ser seguida a ordem exibida no item 4.2.3.1? Não há qualquer menção a qualquer ordem, somente uma listagem das peças que devem ser apresentadas para a execução da proposta de comunicação publicitária – como foi feito pela JSMAX.



Mais um argumento apelativo e irreal da TIG, que não se sustenta nem mesmo diante de uma análise superficial.

4. Da apresentação de 4 banners para internet

Entre suas razões para a desclassificação da JSMAX, a TIG afirma que a agência desrespeitou o número de peças possíveis na descrição da Ideia Criativa, uma vez que teria apresentado 04 (quatro) propostas de banners para a internet, quando só poderia ter apresentando 01 (uma) proposta.

A argumentação é completamente infundada e demonstra, ainda, desatenção com o edital e capacidade técnica questionável por parte da TIG. Senão vejamos: o edital aponta, no item 4.2.3.1, que a peça para internet deve ser um “banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante”. Como uma simples leitura da frase deixa claro, o formato e o tamanho do banner são definidos pela agência concorrente. Não há qualquer possibilidade de dúvida em relação a tal questão.

Esclarecido isso, é fato sabido que existem diversos formatos e modelos de banners para a internet. Quando falamos em formato, não estamos nos referindo apenas à largura e à altura definida por pixels. Estamos falando também nos tipos, que são vários: pop up, expansivo, estático, animado e outros. Todos esses são banners on line e, como o edital deixou a critério do licitante a decisão sobre formato, qualquer um deles poderia ser utilizado.

Foi o que a JSMAX fez. Ao contrário do que a TIG afirma, não foram apresentados 04 (quatro) banners, mas apenas 01 (um) banner, do tipo animado. Ou seja, trata-se de um banner com quatro telas em sequência, animadas, o que garante mais dinamismo à mensagem e permite transmitir mais informações sem que a peça fique poluída devido à quantidade de conteúdo.

O fato de se tratar de apenas um banner em quatro etapas é óbvio. Percebe-se claramente que as informações expostas nas quatro telas são complementares e que há uma ordem em sua leitura:

1. Conceito principal da campanha;
2. Apresentação do serviço (Linha de Turismo Erechim);



ENGENHO DE IDEIAS

3. Descrição dos diferenciais e atrações do serviço; e
4. Call to action e dados do anunciante.

Isoladamente, elas não fazem sentido; apenas juntas ganham coerência. Caso fossem peças distintas, a assinatura da Prefeitura de Erechim deveria estar presente em todas, o que não ocorre.

Ou seja, a apresentação das peças pela JSMAX segue restritamente todas as regras estabelecidas no edital. E, vale dizer que, se o edital solicita a criação de um banner on line e a agência imediatamente supõe se tratar de um banner estático, simples, isso pesa contra a capacidade criativa da agência, assim como o conhecimento em relação às possibilidades que o meio digital oferece. É obrigação de uma agência sempre sugerir ideias e formatos diferenciados quando há possibilidade de fazê-lo.

E, diferentemente do apontado pela TIG, a JSMAX contabilizou corretamente o custo de criação de um único banner de internet em sua planilha de valores Anexo VII.

Da argumentação apontada pela TIG, somente duas são as possibilidades: (1) a recorrente não tem nenhum conhecimento técnico necessário para a atuação no ramo, ou (2) a recorrente age na mais absoluta má-fé, distorcendo os acontecimentos de maneira esdrúxula e sem sentido.

Considerando a sua colocação na pontuação geral, o mais provável é a segunda hipótese: absoluta má-fé, como o restante dos tópicos do recurso da TIG já se demonstraram até aqui.

5. Dos valores da tabela do SINAPRO

Alega a recorrente TIG que esta impugnante teria, na sua proposta, utilizado valores distintos dos previstos na tabela do SINAPRO, supostamente em discordância do exigido no edital.

Como pode ser facilmente concluído através do comparativo entre a planilha Anexo VII do plano de comunicação publicitária apresentado pela JSMAX, com as páginas 24 e 26 da Tabela Referencial de Valores 2019 do SINAPRO-RS (páginas reproduzidas no anexo 1),



ENGENHO DE IDEIAS

foram praticados os exatos valores de tabela, conforme claramente solicitado no item 4.2.5 do Edital.

Vejamos os trechos colacionados abaixo:

1. Anexo VII do plano de comunicação publicitária apresentado pela JSMAX, **com os valores cheios**, conforme tabela do sindicato, na sessão “Honorários e Criação”, para todas as peças que compõem o plano, onde pedimos especial atenção aos itens Jornal Página Inteira, Spot 30” e VT 30”.

ANEXO VIII CUSTOS DE PRODUÇÃO				
PRODUÇÃO GRÁFICA E TVC				
Peça	Formata/Especificações	Quant.	Unitário	Total
VT 30"	Captações externas conforme roteiro casting make figurino locação off linha pesquisada edição e finalização	1	R\$ 29.900,00	R\$ 29.900,00
Spot 30"	3 locações, entre pesquisada edição e finalização Unificação ritos da região	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
imagens	Captação de fotos das rotas turísticas do Erechim	9	R\$ 500,00	R\$ 4.500,00
	Aquisição de imagens royalty free, de banco de imagens. Tratamento e manipulação	3	R\$ 310,00	R\$ 930,00
Cartaz	42x60 cm 4x0 cores couchê 150 g	500	R\$ 2,90	R\$ 1.450,00
Folder	21x30 cm 4x4 cores couchê 150 g 2 dobras	10000	R\$ 0,18	R\$ 1.800,00
Outdoor	0x3 m em papel	10	R\$ 216,00	R\$ 2.160,00
Tutem	8,2 x 2,3 m, em lona 4x0 cores telextensil com instalação	10	R\$ 1040,00	R\$ 10.400,00
TOTAL PRODUÇÃO				R\$ 32.240,00
HONORÁRIOS E CRIAÇÃO				
Jornal Página Inteira		1	R\$ 5.454,29	R\$ 5.454,29
Cartaz A3		1	R\$ 9.592,10	R\$ 9.592,10
Folder A3, com 2 dobras		1	R\$ 16.075,25	R\$ 16.075,25
Tutem 6, 8x2,3 m		1	R\$ 11.070,00	R\$ 11.070,00
Spot 30"		1	R\$ 19.677,76	R\$ 19.677,76
VT 30"		1	R\$ 43.255,44	R\$ 43.255,44
Outdoors 0x3 m		1	R\$ 6.799,32	R\$ 6.799,32
Banner web		1	R\$ 7.799,71	R\$ 7.799,71
TOTAL HONORÁRIOS E CRIAÇÃO				R\$ 141.234,27
TOTAL				R\$ 173.524,27

2. Recorte das páginas 23 e 24, sessão “9 – Anúncios em Jornal”, onde consta no item número 191 o valor cheio para o anúncio de jornal, exatamente conforme contabilizado na proposta da JSMAX.

184	OUTRAJUR	6.172,00	2.587,70	2.089,70	8.839,40
185	RAMPAS	3.472,20	1.736,10	1.736,10	6.944,52
77 ANÚNCIOS EM JORNAL		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	TOTAL (R\$)
166	Até 20 cm²/col	192,88	202,56	145,23	631,71
187	De 21 a 50 cm²/col	424,38	669,45	324,73	1.859,56

Sinapro-rs

23

188	De 51 a 80 cm²/col	628,92	929,15	414,56	2.600,61
189	De 81 a 100 cm²/col	848,79	1.273,17	636,58	2.758,54
190	De 101 a 150 cm²/col	1.950,33	2.022,20	1.011,34	4.363,74
191	De 151 a 200 cm²/col	1.752,19	2.600,98	1.300,49	5.653,66
192	De 201 a 250 cm²/col	1.803,66	2.787,66	1.353,53	5.844,25
193	De 251 a 280 cm²/col	1.976,54	2.993,23	1.496,63	6.466,30
194	De 281 a 320 cm²/col	2.328,81	3.607,27	1.603,63	7.539,71
195	De 321 a 432 cm²/col	2.409,73	5.198,73	2.599,32	11.247,64
196	Acima de 433 cm²/col				
10 BALANÇO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	TOTAL (R\$)
107	Até 20 cm²/col	1.928,88	2.022,20	1.011,34	7.559,56

3. Recorte da página 26, sessão “1 – Peças Eletrônicas”, onde consta no item número 222 o valor cheio para o spot de 30”, exatamente conforme contabilizado na proposta da JSMAX.

1 - PEÇAS ELETRÔNICAS		CRIAÇÃO	PRODUÇÃO	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	TOTAL (R\$)
212	ANIMATICS/STORYBOARD	2.846,69	1.423,35	1.281,01	1.281,01	6.832,07
213	AUDIOVISUAL (sinopse)	16.396,73	8.198,26	10.425,70	10.425,70	45.446,49
214	ESPERA TELEFÔNICA	3.697,30	1.848,65	2.146,47	2.146,47	9.838,89
215	FILME/VT até 30" (roteiro/supervisão)	15.753,72	7.876,86	9.812,43	9.812,43	43.255,44
216	FILME/VT acima de 30" (roteiro/supervisão)	20.254,81	10.127,41	12.878,81	12.878,81	56.139,84
217	GRAVAÇÃO DE CD, DVD, PEN DRIVE			1.423,35	1.423,35	2.846,69
218	JINGLE até 30" (criação/supervisão)	7.716,30	3.858,05	4.906,22	4.906,22	21.386,59
219	JINGLE acima de 30" (criação/supervisão)	11.574,16	5.787,08	7.359,30	7.359,30	32.079,85
220	LAYOUT/MONSTRO	2.846,69	1.423,35	1.281,01	1.281,01	6.832,07
221	ROTEIRO DE VÍDEO	15.753,72	7.876,86	9.812,43	9.812,43	43.049,61
222	SPOT até 30" (criação/supervisão)	10.409,66	5.204,83	6.746,03	6.746,03	29.406,55
224	TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN 30"	2.290,53	1.125,27	1.607,53	1.607,53	6.590,86
225	TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN 60"	3.375,80	1.687,90	2.411,29	2.411,29	9.886,28
226	VINHETA (sem áudio)	6.751,60	3.375,80	4.501,06	4.501,06	19.129,52
227	VINHETA (com áudio)	10.127,19	5.063,70	6.751,60	6.751,60	28.694,29
228	LIBERAÇÃO DE CÓPIAS PARA VEICULAÇÃO	2.989,03		5.978,06	5.978,06	14.945,14

4. Recorte da página 26, sessão “1 – Peças Eletrônicas”, onde consta no item número 215 o valor cheio para o VT de 30”, exatamente conforme contabilizado na proposta da JSMAX.





ENGENHO DE IDEIAS

B - PEÇAS ELETRÔNICAS						
A - PEÇAS ELETRÔNICAS						
	ELABORAÇÃO	PRODUÇÃO	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	TOTAL (R\$)	
212	ANIMÁTIKS-STORYBOARD	2.046,69	1.473,35	1.281,01	1.281,01	6.852,07
213	AUDIOVISUAL (30" equal)	16.596,73	8.173,35	10.425,70	10.425,70	45.621,53
214	ESPERA TELEFÔNICA	3.697,90	1.478,65	2.146,47	2.146,47	9.819,49
215	FILME/VT (30" (Inteiro/Supervisão)	20.254,03	10.127,41	12.878,81	12.878,81	56.139,06
216	FILME/VT (30" (Inteiro/Supervisão)	20.254,03	10.127,41	12.878,81	12.878,81	56.139,06
217	GRAVAÇÃO DE CD/DVD, PEN DRIVE	-	-	1.473,35	1.473,35	2.946,69
218	JINGLE (30" (Gravação/Supervisão)	7.716,10	3.858,05	4.906,22	4.906,22	21.286,59
219	JINGLE (30" (Gravação/Supervisão)	11.574,14	5.787,08	7.359,30	7.359,30	32.079,85
220	LAYOUT/MONSTRO	2.846,69	1.423,35	1.281,01	1.281,01	6.832,07
221	ROTEIRO DE VIDEO	15.793,72	7.896,86	9.605,60	9.605,60	43.081,81
222	SPOT (30" (30" (Gravação/Supervisão)	7.304,60	3.697,20	4.292,93	4.292,93	19.677,76
223	SPOT (30" (30" (Gravação/Supervisão)	10.609,66	5.304,83	6.746,03	6.746,03	29.406,54
224	TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN 30"	2.250,53	1.125,27	1.607,53	1.607,53	6.590,94
225	TEXTO DE RÁDIO/MERCHAN 40"	3.375,80	1.687,90	2.411,29	2.411,29	9.886,28
226	VINHETA (sem áudio)	6.751,60	3.375,80	4.501,06	4.501,06	19.129,52
227	VINHETA (com áudio)	10.127,41	5.063,70	6.751,60	6.751,60	28.694,31
228	LIBERAÇÃO DE CÓPIAS PARA VEICULAÇÃO	2.989,03	-	5.978,06	5.978,06	11.946,14

Desta forma, claramente sem fundamentos o apontamento da TIG. Os valores da tabela do SINAPRO-RS foram inteiramente respeitados na proposta da impugnante.

6. Da suposta incongruência na composição física dos envelopes A e B

A TIG alega também incongruência na apresentação da via identificada do plano de comunicação publicitária, por não ter a impugnante utilizado espiral na encadernação e por ter datado e assinado o documento na última página de textos, não na última página após os anexos.

Primeiramente, pergunta-se: qual a única finalidade da via identificada do plano de comunicação? Claramente, cotejar com as propostas não identificadas e identificar os seus autores. Este objetivo foi claramente atingido no caso.

E sim, o conteúdo do Invólucro A – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, está rigorosamente com o mesmo teor da Via Não Identificada, cumprindo seu papel dentro da concorrência. Isto é, com exatamente o mesmo conteúdo e planilhas.

A forma do acabamento para a junção de suas páginas, na via identificada, é irrelevante para o processo da concorrência, em nada prejudicando a identificação do proponente, no momento ou antes desta etapa da licitação. Tal forma de acabamento claramente não trouxe qualquer vantagem à impugnante, já que o conteúdo serve apenas para identificar um dos planos não identificados.



Da mesma forma, qual das últimas páginas deve ser assinada (de texto ou de anexo) é indiferente. A Via Identificada do plano de comunicação está datada, assinada e rubricada em todas as suas páginas, o que confere oficialidade ao documento.

Desta forma, não assiste razão aos fundamentos da TIG.

7. Da suposta vedação à utilização de capa dura no invólucro B

A concorrente TIG alega que a impugnante teria descumprido o edital ao utilizar capa dura no seu caderno do invólucro B. Não há, entretanto, qualquer descumprimento a ser reconhecido.

Afirma a recorrente:

De início, a Recorrida apresentou o invólucro B contendo capa dura, ai [sic] invés do espiral proposto no Edital no item 4.4.4, que elencou a necessidade de apresentação em caderno único, com espiral preto, sem capas ou páginas divisórias, com identificação da licitante.

Capa dura não é parâmetro incluído no rol de critérios de pontuação. Capa dura não figura entre os quesitos a serem pontuados no item 7, letra B, do edital. Logo, impossível este elemento configurar alguma diferenciação ou vantagem no momento da Subcomissão Técnica julgar o conteúdo do invólucro B.

Considerando se tratar do invólucro B, com relação ao qual não há necessidade de anonimato, eventual previsão de padronização não se constitui em elemento desclassificatório. Há necessidade de observação do princípio do formalismo mitigado, que impõe a obediência de formalidades essenciais ao cumprimento das finalidades do ato e do processo. As formalidades que não se vinculam às finalidades do ato servem para direcionar a atuação tanto da Administração quanto dos concorrentes, mas não são elementos classificatórios ou desclassificatórios.

Houvesse o descumprimento da exigência de apresentação de caderno sem capas ou divisórias no invólucro A, se estaria diante de claro caso de inobservância de formalidade vinculada à finalidade do ato, que é o anonimato das propostas.

Ademais, o item 4.4.4 contém a seguinte observação:



* Este mesmo caderno deve conter espaços (bolsos) para acomodação do Folder e pendrive, conforme solicitado nesta licitação.

Além de não poder inserir uma capa em um conteúdo já identificado, segundo o argumento expressado no recurso, também estariam todos os concorrentes obrigados a apresentar folder e pendrive no caderno do invólucro B? E obrigados a incluir bolsos para acomodação destes conforme a última observação do item 4.4.4? Parece-nos, à toda evidência, que não é o caso.

Desta forma, sem procedência o pedido de desclassificação da TIG.

8. Do atestado de capacidade técnica

Não satisfeita, a TIG acusa a JSMAX de ter apresentado os atestados de capacidade técnica em desacordo com as determinações do edital – alínea “d” do item 4.4.1 da Capacidade de Atendimento.

A TIG alega:

Como visto, o atestado de Capacidade Técnica deveria ter sido apresentado contendo a identificação do tomador de serviços, contendo razão social, CNPJ e endereço de sua sede, além de estar devidamente assinado.

Sem maiores delongas, verifica-se que a Licitante Recorrida em seus atestados não atendeu as determinações do edital.

Sem qualquer razão a recorrente. A impugnante apresentou 5 (cinco) atestados de capacidade técnica conforme podem ser verificados no anexo 2 desta impugnação. **Quatro a mais do que o necessário.** Os cinco atestados foram emitidos pelo Conselho Regional de Medicina do Rio Grande do Sul, pela Prefeitura Municipal de Lages, SC, pela Prefeitura Municipal de Venâncio Aires, RS, pelo Conselho Regional de Farmácia do Rio Grande do Sul e pelo Conselho Regional de Psicologia da 7ª Região.



ENGENHO DE IDEIAS

Abaixo o resumo dos itens supostamente prejudicados na apresentação dos referidos atestados. Todos os dados abaixo resumidos constam nos documentos apresentados no invólucro B e anexados a esta impugnação.

CERTIFICADO 1

Tomador: Conselho Regional de Medicina do Rio Grande do Sul
Razão Social: Conselho Regional de Medicina do Rio Grande do Sul
CNPJ: 91.335.315/0001-45
Endereço de sua sede: ... Av. Princesa Isabel, 921 – CEP 90620-001 – Porto Alegre, RS
Assinatura: Assinado pelo Sr. Raul Antônio Ramos Vallandro, conforme pode ser observado no anexo 3

CERTIFICADO 2

Tomador: Prefeitura Municipal de Lages, SC
Razão Social: Prefeitura do Município de Lages, SC
CNPJ: 82.777.301/0001-90
Endereço de sua sede: ... Rua Benjamin Constant, 13 – CEP 88501-900 – Lages, RS
Assinatura: Assinado pelo Sr. Pablo Gomes, conforme pode ser observado no anexo 4

CERTIFICADO 3

Tomador: Prefeitura Municipal de Venâncio Aires, RS
Razão Social: Prefeitura Municipal de Venâncio Aires, RS
CNPJ: 87.334.918/0001-55
Endereço de sua sede: ... Rua Osvaldo Aranha, 634 - CEP 95800-000 – Venâncio Aires, RS
Assinatura: Assinado pela Sra. Adriene Antunes, conforme pode ser observado no anexo 5

CERTIFICADO 4

Tomador: Conselho Regional de Farmácia do Rio Grande do Sul
Razão Social: Conselho Regional de Farmácia do Rio Grande do Sul
CNPJ: 93.026.771/0001-39
Endereço de sua sede: ... Rua São Nicolau, 1070 – CEP 91030-230 – Porto Alegre, RS
Assinatura: Assinado pelo Sra. Diana Lienert, conforme pode ser observado no anexo 6

CERTIFICADO 5

Tomador: Conselho Regional de Psicologia – 7ª Região



ENGENHO DE IDEIAS

Razão Social: Conselho Regional de Psicologia – 7ª Região

CNPJ: 03.230.787/0001-76

Endereço de sua sede: ... Av. Protásio Alves, 2854/301 - CEP 90410-006 – Porto Alegre/RS

Assinatura: Assinado pelo Sra. Nádia Miola, conforme pode ser observado no anexo 7

Novamente, conforme pode ser facilmente concluído, sem cabimento o apontamento da TIG, que apenas tenta desclassificar a impugnante em manobras executadas na mais absoluta má-fé.

9. Da apresentação dos cases do repertório

A TIG reivindica a desclassificação da JSMAX por suposta irregularidade na apresentação do seu repertório — item 4.4.2 do Repertório.

Primeiramente, faz-se necessário apresentar à TIG a distinção entre os itens 4.4.2 e 4.4.3 do edital:

4.4.2. Repertório, O quesito “Repertório” deverá conter:

a) apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, **do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente**, podendo ser apresentadas até 5 (cinco) peça(s), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou.

4.4.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

a) **deverá ser apresentado 02 (dois) case**, relatando em, no máximo, 02 (duas) páginas, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelo respectivo anunciante, permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias de qualquer tipo, relativas ao relato, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Prefeitura Municipal de Erechim/RS.



Conforme explicitado nos itens acima, e na esmagadora maioria dos editais para concorrência de serviços de publicidade, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação são demonstrações totalmente distintas.

Enquanto o primeiro (Repertório — item 4.4.2) solicita um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, com limitação apenas no número de peças, e com ficha técnica com indicação do problema que a peça se propôs a resolver, entre outras informações, o segundo (Cases — item 4.4.3) exige 2 relatos, também com limitação no número de peças a serem apresentadas, com a descrição textual dos problemas enfrentados e as soluções encontradas para os clientes escolhidos pela proponente.

Ora, o edital é extremamente claro em sua orientação. E foi exatamente o que a JSMAX apresentou. Um repertório (atendendo o item 4.4.2) composto por cinco peças, ilustrando trabalhos realizados para 4 clientes, e 2 dois cases (atendendo o item 4.4.3), ilustrados por três peças cada.

Quanto à suposta inobservância à resposta da Comissão ao questionamento realizado pela TEMPERO, tampouco assiste qualquer razão à recorrente. Não pode a impugnante ser penalizada, em menor ou maior grau, em virtude de um questionamento muito mal elaborado e apresentado por outra participante.

Questionou a TEMPERO:

2) Sobre o item abaixo (no caso o item 4.4.2), seriam 5 cases de clientes diferentes ou 1 case com até 5 peças?

Note-se que a TEMPERO, ao misturar demandas dos itens Repertório e Relatos de Soluções, embaralha amplamente os itens e exigências da licitação? *Case* é um termo absolutamente estranho ao item 4.4.2! Cases são os relatos de soluções de problemas, e referem-se exclusivamente à exigência do item 4.4.3!

A recorrente interpreta de maneira equivocada o edital, e tenta buscar a desclassificação da impugnante com base nisso. Contudo, novamente, não procede o apontamento e pedido de desclassificação apresentado pela TIG.

10. Da apresentação dos relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas



ENGENHO DE IDEIAS

Conforme todos os esclarecimentos trazidos pela JSMAX até este momento, o atendimento ao item 4.4.3 também é indubitável.

Conforme determina o item 4.4.3 a JSMAX apresentou 2 (duas) páginas sob a forma de textos descritivos para relatar seus 2 (dois) cases. De forma cristalinamente clara, respeitou o limite máximo de duas páginas.

4.4.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação: a) deverá ser apresentado 02 (dois) case, relatando em, no máximo, 02 (duas) páginas, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelo respectivo anunciante, permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias de qualquer tipo, relativas ao relato, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Prefeitura Municipal de Erechim/RS.

Da mesma forma, foi respeitado a limitação de inclusão de 3 (três) peças publicitárias para cada um dos cases. Na sequência, antecedendo cada uma das peças, temos apenas a apresentação de cada uma dessas peças.

Ainda, os 4 (quatro) quesitos de pontuação dos relatos de soluções de problemas de comunicação (item 7, letra B, III, do edital) não alcançam a simples pré-apresentação das peças publicitárias. Logo, não assiste qualquer razão à recorrente.

1.6 DOS ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA TEMPERO

A agência Tempero alega, no seu recurso, (1) que a impugnante teria apresentado 4 banners para internet, (2) que esta impugnante teria utilizado capa dura no seu envelope B, e que isso constituiria ilicitude no processo, (3) que esta impugnante teria apresentado 5 cases diferentes no repertório, (4) que esta impugnante teria apresentado os relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas, (5) que esta impugnante teria apresentado informações além do exigido, obtendo vantagem supostamente indevida.



1. Da apresentação de 4 banners para internet

Da mesma forma que a TIG, a Tempero afirma que a impugnante desrespeitou o número de peças possíveis na descrição da Ideia Criativa, uma vez que teria apresentado 04 (quatro) propostas de banners para a internet, quando só poderia ter apresentando 01 (uma) proposta.

Novamente, a argumentação é absurda e demonstra desatenção com o edital e capacidade técnica questionável por parte da Tempero. Senão vejamos: o edital aponta, no item 4.2.3.1, que a peça para internet deve ser um “banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante”. Como uma simples leitura da frase deixa claro, o formato e o tamanho do banner são definidos pela agência concorrente. Não há qualquer possibilidade de dúvida em relação a tal questão.

Esclarecido isso, é fato sabido que existem diversos formatos e modelos de banners para a internet. Quando falamos em formato, não estamos nos referindo apenas à largura e à altura definida por pixels. Estamos falando também nos tipos, que são vários: pop up, expansivo, estático, animado e outros. Todos esses são banners on line e, como o edital deixou a critério do licitante a decisão sobre formato, qualquer um deles poderia ser utilizado.

Foi o que a JSMAX fez. Ao contrário do que a Tempero afirma, não foram apresentados 04 (quatro) banners, mas apenas 01 (um) banner, do tipo animado. Ou seja, trata-se de um banner com quatro telas em sequência, o que garante mais dinamismo à mensagem e permite transmitir mais informações sem que a peça fique poluída devido à quantidade de conteúdo.

O fato de se tratar de apenas um banner em quatro etapas é óbvio. Percebe-se claramente que as informações expostas nas quatro telas são complementares e que há uma ordem em sua leitura:

1. Conceito principal da campanha;
2. Apresentação do serviço (Linha de Turismo Erechim);
3. Descrição dos diferenciais e atrações do serviço; e
4. Call to action e dados do anunciante.





Isoladamente, elas não fazem sentido; apenas juntas ganham coerência. Caso fossem peças distintas, a assinatura da Prefeitura de Erechim deveria estar presente em todas, o que não ocorre.

Ou seja, a apresentação das peças pela impugnante segue restritamente todas as regras estabelecidas no edital. E, vale dizer que, se o edital solicita a criação de um banner on line e a agência imediatamente supõe se tratar de um banner estático, simples, isso pesa contra o conhecimento e a capacidade criativa da agência, que deveria sempre sugerir ideias e formatos diferenciados quando há possibilidade de fazê-lo.

Da argumentação apontada pela Tempero, somente duas são as possibilidades: (1) a recorrente não tem nenhum conhecimento técnico necessário para a atuação no ramo, ou (2) a recorrente age na mais absoluta má-fé, distorcendo os acontecimentos de maneira esdrúxula e sem sentido.

Considerando a sua colocação na pontuação geral, o mais provável é, assim como com a TIG, a segunda hipótese: absoluta má-fé.

2. Da suposta vedação à utilização de capa dura no invólucro B

Também como a TIG, a Tempero alega que a impugnante teria descumprido o edital ao utilizar capa dura no seu caderno do invólucro B. Não há, entretanto, qualquer descumprimento a ser reconhecido.

Afirma a recorrente:

Ocorre, que a empresa JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. apresentou o caderno do envelope B com capa dura, violando frontalmente a disposição do Edital.

Não obstante, mesmo tendo descumprido claramente o Edital no quesito “*proposta técnica*”, foi mantida na disputa e avaliada, merecendo reforma a decisão da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica, para o fim de declará-la desclassificada.

Capa dura não é parâmetro incluído no rol de critérios de pontuação. Capa dura não figura entre os quesitos a serem pontuados no item 7, letra B, do edital. Logo, impossível este elemento configurar alguma diferenciação ou vantagem no momento da Subcomissão Técnica julgar o conteúdo do invólucro B.

Considerando se tratar do invólucro B, com relação ao qual não há necessidade de anonimato, eventual previsão de padronização não se constitui em elemento desclassificatório. Há necessidade de observação do princípio do formalismo mitigado, que impõe a obediência de formalidades essenciais ao cumprimento das finalidades do ato e do processo. As formalidades que não se vinculam às finalidades do ato servem para direcionar a atuação tanto da Administração quanto dos concorrentes, mas não são elementos classificatórios ou desclassificatórios.

Houvesse o descumprimento da exigência de apresentação de caderno sem capas ou divisórias no invólucro A, se estaria diante de claro caso de inobservância de formalidade vinculada à finalidade do ato, que é o anonimato das propostas.

Ademais, o item 4.4.4 contém a seguinte observação:

* Este mesmo caderno deve conter espaços (bolsos) para acomodação do Folder e pendrive, conforme solicitado nesta licitação.

Além de não poder inserir uma capa em um conteúdo já identificado, segundo o argumento expressado no recurso, também estariam todos os concorrentes obrigados a apresentar folder e pendrive no caderno do invólucro B? E obrigados a incluir bolsos para acomodação destes conforme a última observação do item 4.4.4? Reiteramos que nos parece, à toda evidência, não ser o caso.

Desta forma, sem procedência o pedido de desclassificação da Tempero.

3. Da apresentação dos cases do repertório

Também como a TIG, a Tempero reivindica a desclassificação da JSMAX por suposta irregularidade na apresentação do seu repertório — item 4.4.2 do Repertório.

Novamente, apresentamos a distinção entre os itens 4.4.2 e 4.4.3 do edital:

4.4.2. Repertório, O quesito “Repertório” deverá conter:

a) apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 5 (cinco) peça(s), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do



ENGENHO DE IDEIAS

problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou.

4.4.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

a) **deverá ser apresentado 02 (dois) case**, relatando em, no máximo, 02 (duas) páginas, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelo respectivo anunciante, permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias de qualquer tipo, relativas ao relato, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Prefeitura Municipal de Erechim/RS.

Conforme explicitado nos itens acima, e na esmagadora maioria dos editais para concorrência de serviços de publicidade, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação são demonstrações totalmente distintas.

Enquanto o primeiro (Repertório — item 4.4.2) solicita um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, com limitação apenas no número de peças, e com ficha técnica com indicação do problema que a peça se propôs a resolver, entre outras informações, o segundo (Cases — item 4.4.3) exige 2 relatos, também com limitação no número de peças a serem apresentadas, com a descrição textual dos problemas enfrentados e as soluções encontradas para os clientes escolhidos pela proponente.

Ora, o edital é extremamente claro em sua orientação. E foi exatamente o que a JSMAX apresentou. Um repertório composto por cinco peças, ilustrando trabalhos realizados para 4 clientes, e 2 dois cases, ilustrados por três peças cada.

Quanto à suposta inobservância à resposta da Comissão ao questionamento realizado pela recorrente, tampouco lhe assiste qualquer razão no que concerne aos argumentos sustentados no recurso. Não pode a impugnante ser penalizada, em menor ou maior grau, em virtude de um questionamento muito mal elaborado e apresentado por outra participante.

Questionou a Tempero:

2) Sobre o item abaixo (no caso o item 4.4.2), seriam 5 cases de clientes diferentes ou 1 case com até 5 peças?



Note-se que a Tempero, ao misturar demandas dos itens Repertório e Relatos de Soluções, embaralha amplamente os itens e exigências da licitação? *Case* é um termo absolutamente estranho ao item 4.4.2! Cases são os relatos de soluções de problemas, e referem-se exclusivamente à exigência do item 4.4.3!

A recorrente interpreta de maneira equivocada o edital, e tenta buscar a desclassificação da impugnante com base nisso. Contudo, novamente, não procede o apontamento e pedido de desclassificação apresentado.

4. Da apresentação dos relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas

Conforme todos os esclarecimentos trazidos pela JS MAX até este momento, o atendimento ao item 4.4.3 também é indubitável.

Conforme determina o item 4.4.3 a JS MAX apresentou 2 (duas) páginas sob a forma de textos descritivos para relatar seus 2 (dois) cases. De forma cristalina e clara, respeitou o limite máximo de duas páginas.

4.4.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação: a) deverá ser apresentado 02 (dois) case, relatando em, no máximo, 02 (duas) páginas, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelo respectivo anunciante, permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias de qualquer tipo, relativas ao relato, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Prefeitura Municipal de Erechim/RS.

Da mesma forma, foi respeitado a limitação de inclusão de 3 (três) peças publicitárias para cada um dos cases. Na sequência, antecedendo cada uma das peças, temos apenas a apresentação de cada uma dessas peças.

Ainda, os 4 (quatro) quesitos de pontuação dos relatos de soluções de problemas de comunicação (item 7, letra B, III, do edital) não alcançam a simples pré-apresentação das peças publicitárias. Logo, não assiste qualquer razão à recorrente.

5. Das informações apresentadas no invólucro B

Alega a recorrente que esta impugnante teria apresentado o seu caderno de Informações do Proponente (invólucro B) com fotos, encadernado e, de modo geral, com informações além do exigido no edital, o que lhe teria conferido vantagem competitiva ilegal.

Novamente, sem qualquer razão a recorrente. O primeiro ponto a ser salientado é que todo o rol de informações contidas no item 4.4.1 é apresentado na forma de conteúdo mínimo, como fica explicitado no próprio texto do edital:

4.4.1. Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.
- c) quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:
 - c.1) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;
 - c.2) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;
 - c.3) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.
- d) atestado emitido por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do



ENGENHO DE IDEIAS

cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede).

O item 4.4.1 do edital deixa claro que as informações devem conter, no mínimo, os requisitos elencados. Isso fica absolutamente claro, por exemplo, no subitem “c”.

Considerado o propósito da licitação, bem como os princípios da publicidade e da transparência, somente faria algum sentido *restringir* a quantidade e a qualidade das informações prestadas pelo concorrente com propósito específico, como seria o caso se as informações devessem ser prestadas no invólucro A, por exemplo, no qual é obrigatória a manutenção do anonimato.

O caráter mínimo do rol do item 4.4.1 fica mais explicitado ante a leitura do item 7.3, letra B, I, assim redigido:

7.3. A proposta técnica terá como nota máxima 100 (cem) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

B) INFORMAÇÕES DA PROPONENTE 40% pontos no total:

I Capacidade de atendimento 10

- 1 – o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- 2 – o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- 3 – a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária;
- 4 – a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 5 – a operacionalidade do relacionamento entre a SECOM e a licitante, esquematizado na proposta;
- 6 – a relevância e a 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 SECOM – sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

Ora, o conjunto de informações contidas no edital faz transparecer que o conteúdo do invólucro contendo as informações do proponente, como já dissemos, são as informações mínimas

Ademais, como já foi afirmado acima, a Administração Pública tem dever de transparência para com os administrados, o que significa que a iniciativa do concorrente de dar o máximo de transparência possível às suas informações, esclarecendo ao ente licitante de maneira completa tudo aquilo que estará disponível para a execução do contrato “deve ser seguida, e não repelida”, como entende o TJRS sobre o tema, a exemplo da ementa abaixo:

ACÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE. MUNICÍPIO DE PANTANO GRANDE. LEI Nº 608, DE 2017. DIVULGAÇÃO À POPULAÇÃO DE LISTAS DE MÉDICOS PLANTONISTAS EM TODAS AS ESFERAS PELO PODER PÚBLICO. OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE. Trata-se de lei de iniciativa parlamentar que dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação da lista dos médicos Plantonistas e responsáveis pelo Plantão dos Postos de Saúde, Pronto-Atendimentos, Pronto-Socorro do Município e Serviços Terceirizados de Plantão Médico de Saúde instalados no município de Pantano Grande. A norma objeto de exame não teve por finalidade a criação ou o funcionamento de órgãos da Administração Pública, tampouco pode se dizer que a referida norma tenha o condão de interferir diretamente na prestação do serviço de saúde, ou, ainda, na forma de sua prestação aos munícipes, a exigir a iniciativa legislativa do chefe do Poder Executivo. A referida lei, na verdade, imprime concretude ao princípio constitucional da publicidade dos atos administrativos, conferindo transparência ao serviço público de saúde, iniciativa que deveria ser seguida, e não repelida. PEDIDO JULGADO IMPROCEDENTE. UNÂNIME. (Ação Direta de Inconstitucionalidade Nº 70079286407, Tribunal Pleno, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Tasso Caubi Soares Delabary, Julgado em 25/03/2019)

Saliente-se que, em que pese não se tratar de situação fática semelhante, o debate jurídico subjacente é essencialmente equivalente. Como dito, a transparência é dever da Administração Pública, e não faria qualquer sentido punir o concorrente que objetiva justamente empregar maior transparência nas informações prestadas.



De outra banda, não se há falar em vantagem competitiva, uma vez que uma prestação completa das informações era algo que estava plenamente ao alcance de todos os concorrentes.

Pelo exposto, deve ser negado provimento ao recurso também quanto a esta matéria.

2 CONCLUSÃO

ANTE O EXPOSTO, a impugnante requer digno-se esta respeitável Comissão de Licitação a receber a presente impugnação, dando-lhe o devido e legal processamento, na forma do § 3º e seguintes do art. 109 da Lei 8.666 de 1993, desprovendo os recursos das licitantes AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA., TEMPERO PROPAGANDA LTDA., CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA., e REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., no que diz respeito à parte dos recursos direcionada a esta impugnante, bem como no que concerne aos requerimentos de nulidade do certame, conforme fundamentado acima.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Porto Alegre, 16 de abril de 2019.


Luiz Carlos Batista da Silva
Procurador

07.895.771/0001-33
ISMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA-ME
RUA BARÃO DO AMAZONAS, 426 CONJ. 301
PETRÓPOLIS - CEP 90670-000
PORTO ALEGRE - RS



ENGENHO DE IDEIAS

ANEXO I

SINAPRO-RS
Sinapro-rs
RÍO GRANDE DO SUL

GUIA REFERENCIAL DE VALORES 2019

Válidos para o período de novembro de 2018 a outubro de 2019.

188	De 51 a 80 cm/col	626,92	929,13	464,56	2.020,61
189	De 81 a 100 cm/col	848,79	1.273,17	636,58	2.758,54
190	De 101 a 150 cm/col	1.350,33	2.022,28	1.011,14	4.383,74
191	De 151 a 200 cm/col	1.678,24	2.517,37	1.258,68	5.454,29
192	De 201 a 250 cm/col	1.752,19	2.600,98	1.300,49	5.653,66
193	De 251 a 280 cm/col	1.803,66	2.707,06	1.353,53	5.864,25
194	De 281 a 320 cm/col	1.996,54	2.993,23	1.496,62	6.486,38
195	De 321 a 432 cm/col	2.388,81	3.607,27	1.803,63	7.799,71
196	Acima de 433 cm/col	3.449,74	5.198,73	2.599,37	11.247,84
10 BALANÇO		criação	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
197	Até 60 cm/col	-	2.186,23	1.093,12	3.279,35
198	Até 108 cm/col	-	3.279,34	1.639,67	4.919,01
199	Até 216 cm/col	-	4.083,13	2.041,57	6.124,70
200	Até 268 cm/col	-	4.919,02	2.459,51	7.378,52
201	Acima de 268 cm/col	-	5.947,84	2.973,92	8.921,76
11 ANÚNCIOS, REVISTAS / LIVROS / AGENDAS E ANUÁRIOS		criação	finalização	supervisão	TOTAL (R\$)
202	1/4 página	781,26	1.286,01	643,00	2.710,27
203	1/3 página	1.269,94	1.896,88	948,44	4.115,26
204	1/2 página	1.540,02	2.346,98	1.173,49	5.060,50
205	Página inteira	2.240,90	3.440,09	1.720,04	7.401,03
206	Página Dupla	3.671,57	5.594,19	2.797,10	12.062,86
12 REFORMATAMENTO DE ARQUIVO		criação	finalização/PROD.	supervisão	TOTAL (R\$)
207	Até o formato 45x63cm	-	1.028,83	514,42	1.543,25
208	Até o formato 64x96cm	-	1.543,25	771,62	2.314,87
209	Até o formato 97x150cm	-	2.314,87	1.157,44	3.472,31
210	Até o formato 151x200cm	-	3.472,31	1.736,15	5.208,46
211	Do formato 201cm em diante	-	5.208,46	2.604,23	7.812,69

Observações

A) Refação - 50% do valor de criação
 B) Adaptação - 50% do valor original

B - PEÇAS ELETRÔNICAS					
I- PEÇAS ELETRÔNICAS					
	CRIAÇÃO	PRODUÇÃO	FINALIZAÇÃO	SUPERVISÃO	TOTAL (R\$)
212	2.846,69	1.423,35	1.281,01	1.281,01	6.832,07
213	16.396,73	8.198,36	10.425,70	10.425,70	45.446,49
214	3.697,30	1.848,65	2.146,47	2.146,47	9.838,89
215	15.753,72	7.876,86	9.812,43	9.812,43	43.255,44
216	20.254,81	10.127,41	12.878,81	12.878,81	56.139,84
217	-	-	1.423,35	1.423,35	2.846,69
218	7.716,10	3.858,05	4.906,22	4.906,22	21.386,59
219	11.574,16	5.787,08	7.359,30	7.359,30	32.079,85
220	2.846,69	1.423,35	1.281,01	1.281,01	6.832,07
221	15.753,72	7.876,86	9.605,60	9.812,42	43.048,61
222	7.394,60	3.697,30	4.292,93	4.292,93	19.677,76
223	10.609,66	5.304,83	6.746,03	6.746,03	29.406,54
224	2.250,53	1.125,27	1.607,53	1.607,53	6.590,86
225	3.375,80	1.687,90	2.411,29	2.411,29	9.886,28
226	6.751,60	3.375,80	4.501,06	4.501,06	19.129,52
227	10.127,39	5.063,70	6.751,60	6.751,60	28.694,28
228	-2.989,03	-	5.978,06	5.978,06	14.945,14

Observações:

- A) Refação - 50% do valor de criação
 B) Adaptação - 50% do valor original



ENGENHO DE IDEIAS

ANEXO II



Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul
CREMERS

Av. Princesa Isabel, 921 - Caixa Postal 352 - CEP 90620-001 - Porto Alegre - RS
Fone (51) 3219-7544 - www.cremers.org.br - cremers@cremers.org.br

Porto Alegre, 24 de janeiro de 2019

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

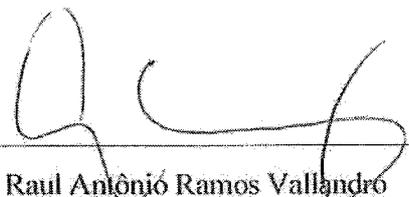
Atestamos para os devidos fins que a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33, estabelecida na Rua Barão do Amazonas, 426 conjunto 301, bairro Petrópolis, Porto Alegre/RS, presta a esta Instituição serviços de publicidade e propaganda, conforme as normas estabelecidas pelo CENP.

Declaramos que os serviços estão sendo executados de modo plenamente satisfatório, atendendo todas as exigências técnicas e comerciais, não sendo de nosso conhecimento qualquer fato que desabone seu desempenho e sua idoneidade técnica e comercial.

Declaramos ainda, que através da agência contratamos, regularmente, mídia local e/ou estadual.

Período de atendimento: desde 01 de agosto de 2009.

Atenciosamente,



Raul Antônio Ramos Vallandro

Diretor

91 320 341 3001-35

JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.
RUA BARÃO DO AMAZONAS - 426 CONJUNTO 301
PETRÓPOLIS - 90620-001
PORTO ALEGRE - RS

Porto Alegre, 13 de dezembro de 2018.

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33, estabelecida na Rua Barão do Amazonas, 426 conjunto 301, bairro Petrópolis, Porto Alegre/RS, presta a esta Instituição serviços de publicidade e propaganda, conforme as normas estabelecidas pelo CENP.

Declaramos que os serviços estão sendo executados de modo plenamente satisfatório, atendendo todas as exigências técnicas e comerciais, não sendo de nosso conhecimento qualquer fato que desabone seu desempenho e sua idoneidade técnica e comercial. Período de atendimento: desde 12 de janeiro de 2016.

Atenciosamente,

Pablo Gomes
Executivo de Comunicação
Prefeitura de Lages

Prefeitura do Município de Lages / SC

CNPJ: 82.777.301/0001-90

Pablo Gomes

Executivo de Comunicação



Estado do Rio Grande do Sul
Município de Venâncio Aires
Gabinete do Prefeito

Venâncio Aires, 9 de agosto de 2018.

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33, estabelecida na Rua Barão do Amazonas, 426 conjunto 301, bairro Petrópolis, Porto Alegre/RS, presta a esta Instituição serviços de publicidade e propaganda, conforme as normas estabelecidas pelo CENP.

Declaramos que os serviços estão sendo executados de modo plenamente satisfatório, atendendo todas as exigências técnicas e comerciais, não sendo de nosso conhecimento qualquer fato que desabone seu desempenho e sua idoneidade técnica e comercial.

Período de atendimento: desde 23 de julho de 2014

Atenciosamente,

Adriene Antunes
Jornalista MTB 12.424
Coordenadora de Comunicação Social
Matrícula nº 74840


Adriene Antunes
Coordenadora de Comunicação

Prefeitura Municipal de Venâncio Aires
CNPJ: 87.334.918/0001-55



Porto Alegre, 23 de janeiro de 2019.

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33, estabelecida na Rua Barão do Amazonas, 426 conjunto 301, bairro Petrópolis, Porto Alegre/RS, presta a esta Instituição serviços de publicidade e propaganda, conforme as normas estabelecidas pelo CENP.

Declaramos que os serviços estão sendo executados de modo plenamente satisfatório, atendendo todas as exigências técnicas e comerciais, não sendo de nosso conhecimento qualquer fato que desabone seu desempenho e sua idoneidade técnica e comercial.

Período de atendimento: desde 03 de maio de 2017.

Atenciosamente,



Conselho Regional de Farmácia do Rio Grande do Sul
CNPJ: 93.026.771/0001-39
Rua São Nicolau, 1070 - Porto Alegre/RS
Diana Lienert
Assessora de Relações Públicas



CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA
CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA - 7ª Região

Porto Alegre, 23 de janeiro de 2019.

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33, estabelecida na Rua Barão do Amazonas, 426 conjunto 301, bairro Petrópolis, Porto Alegre/RS, presta a esta Instituição serviços de publicidade e propaganda, conforme as normas estabelecidas pelo CENP.

Declaramos que os serviços estão sendo executados de modo plenamente satisfatório, atendendo todas as exigências técnicas e comerciais, não sendo de nosso conhecimento qualquer fato que desabone seu desempenho e sua idoneidade técnica e comercial.

Período de atendimento: desde 01 de agosto de 2014.

Atenciosamente,


Conselho Regional de Psicologia
7ª Região
Nádia Miola
Relações Públicas - CONRERP/4 - 3008

Conselho Regional de Psicologia do Rio Grande do Sul
CNPJ: 03.230.787/0001-76
Av. Protásio Alves, 2854/301 - Porto Alegre/RS
Nádia Miola
Relações Públicas