

À Prefeitura de Porto Alegre
Secretaria Municipal de Administração e Patrimônio
Diretoria de Licitações e Contratos – SMAP
A/C do Sr. Presidente da Comissão

Referência: Concorrência nº 04/2021. Recurso Administrativo.

ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 90.771.544/0001-40, com sede na Av. Carlos Gomes, 300 – CJ 201, 202, 301 e 302 – Porto Alegre/RS – CEP 90480-000, com base na Lei nº 8.666/93 e item 10.1 do Edital em epígrafe, vem respeitosamente à presença de V.Sa. apresentar suas

RAZÕES RECURSAIS

Contra decisão proferida pelo Ilmo. Presidente, e expôs as pontuações das empresas participantes conforme deficiente ata de julgamento da comissão técnica, pelos fundamentos de fato e de direito a seguir aduzidos, requerendo para tanto sua apreciação, julgamento e admissão. Pugna a Recorrente pela reconsideração da decisão, a fim do total respeito aos princípios basilares que regem os certames licitatórios e que devem sempre ser fielmente seguidos por esta respeitosa Prefeitura, os quais já foram inclusive objeto de análise na última Concorrência nº 01/2017.

I – DA TEMPESTIVIDADE

Conforme publicação no Diário Oficial competente, restou consignado o termo final para interposição recursal neste dia 10.11.2021.



II – FATOS E INTERESSE RECURSAL

Ao longo das últimas, após avaliações da subcomissão técnica formada para esta Concorrência, tais propostas foram analisadas e o resultado foi levado ao conhecimento dos participantes por meio de ata de julgamento. Restaram assim consignadas em Ata as pontuações das empresas, sendo esta empresa Recorrente classificada em terceiro lugar.

A partir da documentação apresentada como 'justificativas' para análise da equipe competente, esta empresa se deparou com uma e tão somente uma frase em CADA análise de CADA item feita por CADA julgador, onde afirmações genéricas tais como 'atinge parcialmente o que foi proposto', 'relativa originalidade' e 'demonstra conhecimento sobre o tema' seriam as motivações para pontuações conferidas em sua tabela de avaliação.

Até mesmo 'atende plenamente ao quesito' se torna algo irregular, ao ponto que sequer se sabe como isso foi atendido e o porquê do atendimento integral ao quesito.

De forma clara, objetiva e sincera, esta Recorrente deixa claro seu sentimento de injustiça diante deste fato: a avaliação carece de justificativas embasadas objetivamente por elementos do Edital, os quais explicitem os motivos de tamanha discrepância entre notas.

Simplemente torna-se um dever complexo tal interposição recursal, pois não há como contestar de forma concreta as avaliações feitas de forma tão genérica. Questiona-se:

- Como esta Recorrente irá fundamentar seu Recurso Administrativo diante de uma nota que apresenta discrepância entre julgadores e entre propostas, se não existe qualquer justificativa pormenorizada para este ato?

- Como resta justificada a perda de pontuação nos demais subquestos?

Como dito, esta apresentação de critérios carece de fundamentos. Afirmações como *'argumento de fácil entendimento'* jamais podem ser consideradas como motivação para avaliação pormenorizada de uma proposta de licitante.

III – FUNDAMENTOS

É forçoso admitir que é papel de qualquer instituição, seja ela de direito público ou de direito privado, buscar uma competição onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona com a esperada qualidade e devidamente munidos de documentação completa que atesta sua capacidade e condição técnicas. Ainda mais por se tratar de serviços de publicidade e que se demonstram tão essenciais para o melhor desenrolar das atividades intrínsecas aos objetivos da Prefeitura de Porto Alegre.

A obrigatoriedade legal na adoção do tipo “técnica” na contratação de serviços de publicidade, assim como o é no presente certame, por sua vez, tem o claro intento de fazer com que a Prefeitura se valha da criatividade das agências de propaganda na elaboração das estratégias de comunicação e das propostas técnicas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, **deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de critérios objetivos** e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a entidade se prende (i) à elaboração de um briefing, que fornece aos interessados as informações necessárias à elaboração de propostas que atendam às necessidades do ente contratante e (ii) à elaboração de Termo de Referência/Edital, os quais

determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação.

O motivo da existência de uma lei especial, com procedimento bastante rigoroso para o julgamento das pontuações técnicas (por exemplo, a formação de subcomissão técnica a partir de um sorteio público, a necessidade de justificativa por escrito para as notas atribuídas às propostas, a reavaliação obrigatória em caso de notas discrepantes em percentual superior a 20%, a avaliação das propostas a partir de versões não identificadas, dentre inúmeras outras.

Dentre as exigências específicas da Lei Federal nº 12.232/2010, encontra-se a obrigação de motivação das notas atribuídas às propostas técnicas. Afinal, esta fundamentação é essencial para que as licitantes entendam as pontuações que lhe foram atribuídas e, se for o caso, que sejam capazes de interpor recurso contra tal julgamento.

Partindo de tais premissas é que o que foi exposto acima soa ainda mais incoerente: a partir de tais informações e de tais exigências, como pode uma licitante ter sua nota descontado se nem mesmo sabe o que descumpriu, o que não respeitou?

Como dito, a Lei nº 12.232/10, ao dispor sobre o processamento e o julgamento da licitação envolvendo serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, é expressa ao determinar em seu art. 11, §4º, incisos IV e IV, a necessidade de MOTIVAÇÃO dos atos, senão vejamos:

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

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações **e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;**

O próprio Edital era bem claro quanto às obrigações da equipe competente:

8.1. O processamento e o julgamento da licitação obedecerá ao seguinte procedimento:

IV. Elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações **e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;**

(...)

VI. Elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inc. V e encaminhamento à Comissão, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações **e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;**

Isso não ocorreu. Há claro dispositivo do Edital definindo que a subcomissão técnica deveria justificar formalmente – por escrito – as razões que fundamentam cada nota. Os trechos acima em destaque usados jamais podem ser interpretados como cumprimento desta obrigação.

Exemplos? Não faltam, por isso será impossível enumerá-los aqui, pois TODAS as notas estão assim identificadas por meio da ata apresentada aos licitantes. Mas como forma de demonstração:

- Na avaliação do julgador Claiton Borges da Silva, por que 'argumento de fácil entendimento' para a Estratégia de Comunicação em seu subquesito 'b'

(formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação) não garantiu a nota máxima e sim uma nota descontada em um ponto? Não se sabe, não existe MOTIVAÇÃO adequada. A licitante julgada é incapaz de argumentar, inclusive.

- E assim os avaliadores (em sua totalidade, diga-se de passagem, pois não se trata de apenas um caso ou outro, mas sim de toda a equipe avaliadores) também falham quando 'justificam' que a licitante avaliada 'atende plenamente ao quesito'. Como? Por quê? O que a fez atender aos subquesitos de Estratégia de Mídia, por exemplo? Como em sede recursal esta licitante Recorrente poderia se valer da decisão para pleitear um aumento de nota, por exemplo?

É imprescindível que se deixe claro que deve haver a motivação dos atos administrativos, em especial atos que ensejam a redução da pontuação de propostas de certames licitatórios e que ensejam, como no presente caso, a classificação e desclassificação das participantes. Nessa toada, é mandatória a exposição dos elementos que ensejaram a prática do ato administrativo, mais especificamente com a indicação de seus pressupostos fáticos e jurídicos, bem como a justificação do processo de tomada de decisão, como ensina a doutrina:

“O princípio da motivação exige que a Administração Pública indique os fundamentos de fato e de direito de suas decisões. Ele está consagrado pela doutrina e pela jurisprudência, não havendo mais espaço para as velhas doutrinas que discutiam se a sua obrigatoriedade alcançava só os atos vinculados ou só os atos discricionários, ou se estava presente em ambas as categorias. A sua obrigatoriedade se justifica em qualquer tipo de ato, porque se trata de formalidade necessária para permitir o controle de legalidade dos atos administrativos.” DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 77.

Dito isto, resta mais que clara a obrigação da motivação em atos que afetam direitos e interesses do particular **a fim de que discricionariedade jamais se confunda com arbitrariedade, principalmente quando se trata de julgamento de proposta técnica em certame como o de publicidade.**

Sobre o tema, convém destacar análise muito bem elaborada pela Corte de Contas do Distrito Federal em certame ocorrido naquele estado:

“38. Restou incontroverso que a Comissão de Licitação não fez constar estes critérios, o que torna, na prática as razões de atribuição das notas constantes da planilha de julgamento, passíveis de alto grau de subjetividade e, quiçá, de erros de avaliação e outros, bem como prejudicou a interposição de recursos pelas licitantes.

39. Ora, a razão pela qual a Lei nº 12.232/2010, em seu artigo 11, §4º, incisos IV e VI, estabeleceu a necessidade de fazer constar da planilha de julgamento a “justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso” foi justamente a de reduzir a subjetividade inerente a este tipo de procedimento e evitar decisões arbitrárias das comissões de julgamento. A exigência legal foi, também, inserida no edital do certame, em seu item 19.2.5, alíneas “c” e “f” 11 . Registre-se que tal impropriedade foi verificada em todas as planilhas de avaliação, não somente as da empresa (...), conforme se verifica em consulta às fls. 836/950 do Processo Administrativo de origem (vols. 04 e 05).

40. Deste modo, a CAESB, ao não fazer constar as justificativas das notas atribuídas às propostas técnicas de cada licitante, violou diretamente o dispositivo legal supra referido e o próprio edital de regência.

41. Deve-se registrar que tal ausência não pode ser considerada meramente uma falha formal, uma vez que acaba por retirar, em grande parte, a capacidade de os participantes

no procedimento licitatório entenderem os motivos pelos quais suas propostas tiveram as avaliações atribuídas. E, assim, não poderem sequer elaborar recurso questionando estes julgamentos, uma vez que desconhecem a razão para tal.

42. Tampouco pode-se considerar a falha passível de correção pela inclusão, intempestiva, de justificativa, uma vez que impossibilitou à licitante manejar eventual recurso administrativo ou pedido de reconsideração especificamente em relação à avaliação.” Tribunal de Contas do Distrito Federal. Processo nº: 00600-00001642/2020-18-e. DECISÃO Nº 4487/2020.

Motivar pressupõe explicitar razões de fato e de direito que levaram a Subcomissão a pontuar determinada proposta. Da maneira como resta supostamente esclarecido neste certame, como visto acima, **NÃO HÁ MOTIVAÇÃO. E se não há motivação, como se vê, há sequer por parte do licitante a racionalidade que orientou a decisão. Que fique mais uma vez claro: a preocupação desta Recorrente não é com a existência de uma só ‘resposta correta’, mas sim ao menos uma justificativa individualizada, plausível, fundamentada e racionalmente justificada.**

Em situação semelhante ao caso em tela, assim se pronunciou o Egrégio Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. LITICAÇÃO. LIMINAR. MANDADO DE SEGURANÇA. REABILITAÇÃO DE PROPOSTAS DESCLASSIFICADAS POR DECISÃO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO. DECISÃO MONOCRÁTICA DO PREFEITO MUNICIPAL. Na licitação o julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de Licitação ou o responsável realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle (art. 45 da Lei n. 8.666/1993). Ademais, no julgamento das propostas, a Comissão

levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite (art. 44 da Lei das Licitações). A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada (art. 41 da Lei das Licitações). No caso dos autos, a licitação tinha por objeto a seleção da proposta mais vantajosa visando à contratação de agência de publicidade, tipo melhor técnica. A decisão proferida pela Comissão de Licitação, desclassificando as concorrentes fundamentou-se no descumprimento do item 9.6.1, quando da apuração do resultado geral das propostas técnicas, bem como no descumprimento do item 4.3 do Anexo I, quando da abertura das propostas de preços. Por sua vez, a decisão questionada, lançada pelo impetrado, que reabilitou as concorrentes, **não esclarece suficientemente o cumprimento dos requisitos constantes no ato convocatório, fundamentando-se genericamente no excesso de formalismo no julgamento das propostas.** Presença do requisito da relevante fundamentação e do risco de ineficácia da medida se concedida posteriormente ao julgamento final do certame e na adjudicação do contrato por concorrente sem habilitação para tanto. Agravo parcialmente provido, ratificada a tutela recursal, suspendendo o certame até o julgamento final do mandamus. (Agravo de Instrumento, Nº 70082382607, Vigésima Primeira Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Marco Aurélio Heinz, Julgado em: 18-09-2019)

Conforme fundamentação acima, evidente, por óbvio, que a instrução processual ocorreu de forma ilegal. Não se trata apenas de uma ou outra nota sem a devida justificativa, mas sim TODAS foram pontuadas sem nem ao menos as concorrentes terem ciência do porquê. São lançados meros comentários DE UMA FRASE ou elogios DE UMA FRASE que não mencionam sequer qual quesito de avaliação foi levado em consideração na avaliação em sua plenitude, restando impossível para esta empresa identificar o motivo que levou determinado julgador a alguma diferença de notas.

E não é só. Dentro da mesma 'lógica' de julgamento – ainda que manifestadamente ilegal, como amplamente debatido aqui – há ainda de se destacar outros aspectos essenciais, os quais reforçam a necessidade de nulidade do procedimento.

Há incongruências entre as pontuações atribuídas e as justificativas – mero comentários de uma frase – dadas. **A partir da exemplificação abaixo, serão verificados casos em que o mesmo julgador atribui a mesma 'justificativa' para pontuações distintas, inclusive quando da avaliação dos subitens do Plano de uma mesma agência licitante.**

Da mesma forma, há 'justificativas' semelhantes e pontuações distintas para julgamento de licitantes concorrentes.

Fato é que, na linha do que foi apresentado anteriormente, **não só (i) é ausente a motivação propriamente dita no julgamento da Subcomissão Técnica, como também (ii) uma ideia de 'justificativa' sequer possui qualquer lógica ao longo das pontuações atribuídas.**

Passa-se à avaliação das notas atribuídas pelo Sr. Flávio Antônio Vieira Dutra, quando do julgamento do Plano desta Recorrente.

5.2.1 Raciocínio Básico		Nota Máxima	Nota	Justificativa
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	1,50	Porto Alegre pouco aparece no texto
b)	conhecimento da nuance, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	1,50	Deveria falar mais da cidade
c)	adequada compreensão da linha de atuação específica de Adm.Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Aqui demonstra bom entendimento da questão
d)	acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	As necessidades estão colocadas de forma adequada
Subtotal		10,00	7,00	
5.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária		Nota Máxima	Nota	
a)	formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito	6,00	4,50	faltou mais desenvolvimento nas formulações
b)	formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação	6,00	5,00	Ponto alto no bico, mas ainda atende parcialmente
c)	pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas	4,00	3,00	pertinência e viabilidade adequadas
d)	riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos	4,00	3,75	Apresentou boas soluções
Subtotal		20,00	16,25	
5.2.3 Ideia Criativa		Nota Máxima	Nota	
a)	simbolia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	6,00	Deixá alguns pontos em aberto
b)	capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária	7,00	5,00	Atende parcialmente, um tanto confusa
c)	atributos de motivação e de informação aos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia	6,00	5,00	Atende pela motivação
d)	originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem	5,00	4,50	Peças poderiam ser mais originais
Subtotal		25,00	20,50	
5.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia		Nota Máxima	Nota	
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito
c)	estudo de distribuição do verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,00	De acordo com o que foi briefado
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização do verba publicitária de linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,00	não leva em conta os meios próprios da PMPA (economicidade)
Subtotal		10,00	9,00	

Observações necessárias:

- Item 5.2.1

Na alínea 'c', o referido julgador entende que a ESCALA *"demonstra um bom entendimento da questão"*. Mesmo assim, concedeu apenas 80% da pontuação deste quesito, tirando 0,5 pontos sem qualquer justificativa para tal penalização.

Na alínea 'd', o referido julgador entende que a ESCALA apresenta em seu Plano de forma que *"as necessidades estão colocadas de forma adequada"*. Porém, retira da nota 20% (0,5 pontos), sem mencionar o motivo que o fez reduzir a nota.

- Item 5.2.2

Na alínea 'c', o mesmo julgador destaca que há "*Pertinência e a viabilidade adequadas*". Se são adequadas ao que pede o Edital, por que a pontuação não foi a máxima prevista para o item? Qual o motivo para ter sido retirado 25% da nota neste item? Não há. E por que há diferenciação de pesos, quando comparado com os mesmos argumentos dos itens anteriores? Não existe a mesma calibragem, para os mesmos argumentos.

E segue:

Na alínea 'd', a justificativa é de que "*apresentou boas soluções*". A nota, no entanto, retira sem qualquer motivação – seja técnica, seja fática, seja jurídica - 0,25 pontos. Se foram apresentadas boas soluções, por que não a nota máxima? Não se sabe. Nem mesmo é possível apresentar razões recursais para tanto, diante de manifesta ilegalidade quando do julgamento.

- Item 5.2.3

Em sua alínea 'c', a Recorrente foi prejudicada em um ponto, mesmo que a opaca justificativa tenha sido de que teria havido atendimento do item.

- Item 5.2.4

Em sua alínea 'c', entende que a ESCALA "*atendeu o que foi brifado*". Se atendeu, por que foi dada somente 80% da pontuação deste quesito, tirando 0,5 pontos sem qualquer justificativa para tal penalização? O que não foi atendido? Se isso ocorreu, por que então não mencionar, por que não motivar seu ato? Não se sabe. Nem mesmo é possível apresentar razões recursais para tanto, diante de manifesta ilegalidade quando do julgamento.

O que se tem é que ao menos 6 dos 16 quesitos deste julgador possui algum tipo de inconsistência. **Ou seja, em quase metade da avaliação, a nota não corresponde sequer à superficial justificativa usada, a qual não pode ser considerada a motivação cabível para este tipo de procedimento licitatório.**



Concorrência nº 004/2021 - Envelope 1 - Agência 05 - Conceito: Tua voz, nossa POA
Avaliador: Flávio Antônio Vieira Dutra

Item	Descrição	Nota Máxima	Nota	Justificativa
5.2.1 Raciocínio Básico				
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	1,50	Pouco explora as características do município
b)	conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	1,50	Ao não explorar, deixa de abordar com precisão essa relação
c)	adequada compreensão da linha de atuação específica da Adm. Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Demonstra bom conhecimento
d)	atuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	Atende parcialmente ao quesito
Subtotal		10,00	7,00	
5.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária				
a)	formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduz ao conceito	6,00	4,50	Parte de um princípio de que não há diálogo e apresenta a oportunidade de falar, mas não se apresenta como uma solução para os problemas
b)	formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação	6,00	4,50	Bem delimitado, mas repete o problema do conceito
c)	pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas	4,00	3,00	Ações equivalentes, mas pouco originais
d)	riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos	4,00	3,00	Material bem elaborado, mas muito convencional
Subtotal		20,00	15,00	
5.2.3 Ideia Criativa				
a)	sinergia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,00	Peças não dialogam 100% com a estratégia
b)	capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária	7,00	4,50	Proposta das peças não remete ao conceito da campanha
c)	atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia	6,00	4,00	Pessoas mostradas nas peças não parecem possuir nenhum problema ou possuírem alguma agência dentro do contexto apresentado
d)	originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem	5,00	3,50	Peças sem inovação, num padrão básico de produção
Subtotal		25,00	17,00	
5.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia				
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,50	Atende plenamente ao quesito
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,00	Bem análise do atual contexto
c)	estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,00	Estratégia definida, mas com distribuição desproporcional
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,50	Atende plenamente ao quesito
Subtotal		10,00	9,00	

Varição % sobre Nota Plena	Mesmo conceito atribuído, agrupado por cor, sem justificativa	Impacto Pontuação por Desnívelamento de Critério
-40%		
-40%		
-20%	"bom entendimento"	-0,50
-20%	"adequado"	-0,50
<hr/>		
-25%		
-17%		
-25%	"Atende/Adequado"	-1,00
-6%	"boa solução"	
<hr/>		
-14%		
-29%		
-17%	"Atende/Adequado"	-1,00
-10%		
<hr/>		
0%	"Atende/Adequado"	
0%	"Atende/Adequado"	
-20%	"Atende/Adequado"	-0,50
-20%		

Tal fato ocorre nos demais julgadores, senão vejamos:

Concorrência nº 004/2021 - Envelope 1 - Agência 05 - Conceito: Tua voz, nossa POA
Avaliador: Claiton Borges da Silva


Item	Descrição	Nota Máxima	Nota	Justificativa
5.2.1 Raciocínio Básico				
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	1,50	Pouco explora as características do município
b)	conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	1,50	Ao não explorar, deixa de abordar com precisão essa relação
c)	adequada compreensão da linha de atuação específica da Adm. Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Demonstra bom conhecimento
d)	atuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	Atende parcialmente ao quesito
Subtotal		10,00	7,00	
5.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária				
a)	formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduz ao conceito	6,00	4,50	Parte de um princípio de que não há diálogo e apresenta a oportunidade de falar, mas não se apresenta como uma solução para os problemas
b)	formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação	6,00	4,50	Bem delimitado, mas repete o problema do conceito
c)	pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas	4,00	3,00	Ações equivalentes, mas pouco originais
d)	riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos	4,00	3,00	Material bem elaborado, mas muito convencional
Subtotal		20,00	15,00	
5.2.3 Ideia Criativa				
a)	sinergia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,00	Peças não dialogam 100% com a estratégia
b)	capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária	7,00	4,50	Proposta das peças não remete ao conceito da campanha
c)	atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia	6,00	4,00	Pessoas mostradas nas peças não parecem possuir nenhum problema ou possuírem alguma agência dentro do contexto apresentado
d)	originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem	5,00	3,50	Peças sem inovação, num padrão básico de produção
Subtotal		25,00	17,00	
5.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia				
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,50	Atende plenamente ao quesito
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,00	Bem análise do atual contexto
c)	estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,00	Estratégia definida, mas com distribuição desproporcional
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,50	Atende plenamente ao quesito
Subtotal		10,00	9,00	

Nos quesitos 5.2.1, alínea 'c', o avaliador menciona que a agência "demonstra bom conhecimento". No entanto, essa 'justificativa' atribuída não é refletido na nota concedida, que é apenas 80% da nota máxima.

Já no quesito 5.2.4, alínea 'b', apesar da 'boa análise do atual contexto', mencionada por ele, a agência, mais uma vez, é penalizada em 20% em sua nota.

O avaliador Tiago Dimer da Silveira, por sua vez, também diferencia as justificativas das notas atribuídas quando do seu julgamento.

Concorrência nº 004/2021 -Envelope 1 - Agência OS - Concurso: Tua Voz, Nossa Póla

Avaliador: **Tiago Dimer da Silveira** 

5.2.1	Raciocínio Básico	Nota Máxima	Nota	Justificativa
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	1,75	Faltou falar mais sobre a cidade
b)	conhecimento da estrutura, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	2,00	Podia ter exemplificado melhor essas relações.
c)	Achouda compreensão da linha de atuação específica da Adm. Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Bom entendimento da atuação.
d)	atuação de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	Mostrou necessidades adequadas.
Subtotal		10,00	7,75	
5.2.2	Estratégia de Comunicação Publicitária	Nota Máxima	Nota	
a)	Formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito	6,00	4,25	Raciocínio faltou desenvolver mais.
b)	Formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação	6,00	4,50	Está um pouco distante da realidade.
c)	pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas	4,00	3,00	Bom pertinência.
d)	riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos	4,00	3,00	Desdobramentos comuns demais.
Subtotal		20,00	14,75	
5.2.3	Ídela Criativa	Nota Máxima	Nota	
a)	sinetia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	6,00	Tem sinetia, mas não atende a todos os pontos.
b)	capacidade de síntese do que está proposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária	7,00	5,00	Está um tanto confusa a informação
c)	atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia	6,00	5,00	Bom motivação
d)	originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layout" e ritmos das peças publicitárias que se apresentarem	5,00	4,00	Faltou originalidade, pode confundir público com uma campanha antiga
Subtotal		25,00	20,00	
5.2.4	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota Máxima	Nota	
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,00	Bom entendimento, mas faltou detalhar alvo
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,00	Análise não completa. Faltaram os bairros.
c)	estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,50	Atende briefing
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,00	Faltou falar dos meios próprios.
Subtotal		10,00	8,50	

No quesito 5.2.1, item C, o avaliador menciona que a agência tem "Bom entendimento da atuação". A nota, por sua vez, não corresponde ao conceito dado. Há mais uma vez uma penalização de 20% na avaliação da agência.



No quesito 5.2.1, item D, o avaliador cita: “Mostrou necessidades adequadas”. Mesmo assim, a nota concedida é apenas 80% do total, sem mencionar por que foi retirada pontuação.

E segue. Nos quesitos 5.2.2, item C e 5.2.3, item C, é atribuído, respectivamente, uma conceituação de “Boa pertinência” e “Boa motivação”. Todavia, há um desconto de -25% e de -17% nas notas, demonstrando uma disparidade percentual no desconto sob a mesma justificativa de “bom”, sendo que em ambas não há qualquer apontamento que faça jus à redução da nota.

Corroborando estas diferenciações, resta claro quando analisado o quesito 5.2.4, item c, que a agência “Atende o briefing, obtendo a nota máxima para o quesito’. Pois bem, por que o avaliador desconta pontuação e a descreve como “boa”; “adequada” ou “bom entendimento”, enquanto no item que “atende” dá nota máxima? Não há critério na avaliação, senão vejamos abaixo:

Conceito: 04/04/2021 - Avaliação 1 - Agência 01 - Concurso: PIA 01 - Nota: 04

Avaliador: **Tiago Dimer da Silveira** *Tiago Dimer da Silveira*

5.2.1	Racionalidade	Nota Máxima	Nota
43	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	1,75
44	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
45	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	1,60
46	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	1,60
Subtotal		8,00	7,95
5.2.2	Estratégia de Comunicação Publicitária	Nota Máxima	Nota
47	Formação de conceito, compreensão de tema proposto no Programa Específico de Comunicação e dimensionamento de recursos que condizem ao conceito	4,00	4,25
48	Formação de tema de comunicação adequado para o tema de estratégia	4,00	4,00
49	Coerência e estabilidade das ações estratégicas propostas	4,00	3,00
50	Plano de desenvolvimento posterior do conceito para a comunicação de Administração Pública (com meio público)	4,00	3,00
Subtotal		16,00	14,25
5.2.3	Idéia Criativa	Nota Máxima	Nota
51	Idéia criativa que está definida na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atende a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	4,00
52	Idéia criativa que está definida na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atende a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,25
53	Idéia criativa que está definida na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atende a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,25
54	Idéia criativa que está definida na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atende a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,25
55	Idéia criativa que está definida na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atende a todos os pontos dos objetivos propostos	7,00	5,25
Subtotal		28,00	20,00
5.2.4	Soberania de Mídia e Não Sólus	Nota Máxima	Nota
56	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
57	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
58	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
59	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
60	Contorno de parcerias/relações entre o Município de Porto Alegre no contexto atual	2,00	2,00
Subtotal		10,00	8,00

Varição % sobre Nota Plena	Mesmo conceito atribuído, agrupado por cor, sem justificativa	Impacto Pontuação por Desnívelamento de Critério
-30%		
-20%		
-20%	"bom"	-0,50
-20%	"bom"	-0,50
-29%		
-25%		
-25%	"boa"	-1,00
-25%		
-14%		
-29%		
-17%	"boa"	-1,00
-20%		
-20%		
-20%		
0%	"Atende"	
-20%		

E não é só. Há discrepâncias graves quando são comparadas as justificativas entre concorrentes. Por exemplo, o item “c” do item 5.2.1, avaliado por Flávio Antônio Vieira Dutra.


No julgamento abaixo, a nota concedida para a Agência Escala é justificada a partir de que “Demonstra bom entendimento da questão”, enquanto para a agência SPR, no mesmo item, “Poderia aprofundar mais”.

Sob essa ótica, qual seria a maior nota, com base nas (deficientes) justificativas? Parece claro que seria a da agência Escala. Certo? Pois bem. Não foi o que aconteceu.

A Agência Escala, mesmo tendo uma avaliação (supostamente) melhor, demonstrando um entendimento da questão, ficou com uma nota inferior à concorrente, conforme quadro abaixo, retirado da planilha de avaliação:

Quadro a – Notas Escala (Com notas)


Concorrência nº 004/2021 - Envelope 1 - Agência 05 - Conceito: Tua Voz, Nossa Póla

Avaliador: Flávio Antônio Vieira Dutra 

5.2.1	Raciocínio Básico	Nota Máxima	Nota	Justificativa
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	1,50	Porto Alegre pouco aparece no texto
b)	conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	1,50	Deveria falar mais da cidade
c)	adequada compreensão da linha de atuação específica da Adm Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Aqui demonstra bom entendimento da questão
d)	acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	As necessidades estão colocadas de forma adequada
Subtotal		10,00	7,00	

Quadro b – Notas SPR (Com notas)

Concorrência nº 004/2021 - Envelope 1 - Agência 05 - Conceito: PQA com vc

Avaliador: Flávio Antônio Vieira Dutra 

5.2.1	Raciocínio Básico	Nota Máxima	Nota	Justificativa
a)	conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual	2,50	2,50	Atende plenamente o quesito
b)	conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de Porto Alegre com seus públicos	2,50	2,50	Atende plenamente o quesito
c)	adequada compreensão da linha de atuação específica da Adm Pública, considerando o âmbito do Problema de Comunicação definido no Briefing (Anexo A)	2,50	2,00	Poderia aprofundar mais
d)	acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	2,50	2,00	Demonstrou parcialmente, mas com avanços
Subtotal		10,00	9,00	

E isto não é um caso isolado. Existe uma diferenciação do tratamento tanto entre as empresas. No item 5.2.4, subitem “c”, na avaliação



da Concorrente SPR, há uma evidência de que a estratégia não foi completa, faltando como mencionado, os Jornais de Bairro.

S-2.4	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota Máxima	Nota	
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito.
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito.
c)	estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,00	Não leva em conta os jornais de bairro.
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,00	Não leva em conta as mídias free da PMPA (economicidade).
Subtotal		10,00	9,00	

A Escala, por sua vez, atendeu o que foi brifado, sem quaisquer menção a alguma falha no conteúdo.

S-2.4	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota Máxima	Nota	
a)	conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito.
b)	capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2,50	2,50	Atendeu plenamente o quesito.
c)	estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	2,50	2,00	De acordo com o que foi brifado.
d)	consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta	2,50	2,00	Não leva em conta os meios próprios da PMPA (economicidade).
Subtotal		10,00	9,00	

No entanto, há a mesma pontuação para ambas as empresas. Essa diferenciação de critérios não deveria acontecer, sendo necessário uma parametrização das pontuações, para que não haja falta de isonomia entre elas. Se uma atendeu e a outra não atendeu plenamente, por que as notas são iguais? Não se sabe. E nem se saberá, pois não será nesta fase procedimental que isso será resolvido.

Desta forma, não parece possível admitir que fundamentos pertinentes às notas sejam por ora atribuídos em sede recursal, uma vez que implicaria numa admissão de novo julgamento de propostas técnicas, mas agora com identificação das licitantes, o que subverte a lógica trazida pela forma de julgamento da 'técnica', o qual exige expressamente o julgamento de planos de comunicação sem identificação.

Como propostas já estão identificadas, jamais seria caso de convalidação. Trata-se de vício insuperável, onde qualquer saneamento é impossível com clara imperfeição em sua motivação.

Nesse sentido, a própria Súmula do Supremo Tribunal Federal deixa claro em seu enunciado n° 473:

A administração pode anular seus próprios atos, quando eivados de vícios que os tornam ilegais, porque deles não se originam direitos; ou revogá-los, por motivo de conveniência ou oportunidade, respeitados os direitos adquiridos, e ressalvada, em todos os casos, a apreciação judicial.

Em casos assim, onde há claro prejuízo ao certame como um todo, outra não pode ser a conclusão: nulidade deste procedimento licitatório, como inclusive foi a decisão desta mesma Prefeitura de Porto Alegre no último certame realizado – Concorrência n° 01/2017.

A fim de não deixar qualquer dúvida, essencial que se conclua tal interposição recursal com a MESMA conclusão exarada pela respeitosa Procuradoria Jurídica desta Prefeitura através da Nota Técnica GAC-PGM n° 237/2019 (serão destacados alguns trechos do documento original):

No entanto, não foi o que se observou do julgamento efetuado pela subcomissão especial de licitação, que não justificou a grande maioria das notas atribuídas em grau inferior ao máximo possível. Além disso, quando houve alguma externação de razão para a atribuição de notas, isso ocorreu de forma precária em relação a alguns quesitos, sendo perceptível o uso de expressões como "gostei", "não gostei", "bem acanhada", "fraco", dentre outras, sem demonstrar as razões que a levaram a tais conceitos.

(...)

Sob esta ótica, ainda que o critério de julgamento da licitação seja "melhor técnica", o julgamento das propostas deve ser realizado com base nos critérios técnicos e objetivos fixados no instrumento convocatório, de modo a tentar evitar ao máximo a avaliação de caráter subjetivo, em homenagem aos princípios da isonomia e do julgamento objetivo das propostas previstos nos arts. 3º, caput, e 44, §1º, todos da Lei 8.666/93.

(...)

Assim, considerando-se que o julgamento das propostas técnicas se deu em desconformidade com o ordenamento jurídico, notadamente quanto ao seu conteúdo, dada a falta de motivação que levaram à atribuição de notas em graus inferiores ao máximo, opina-se pelo provimento dos recursos, quanto a esse ponto, levando, por via de consequência, à anulação do próprio julgamento, o que, por força da Súmula 473 do STF, pode ocorrer por iniciativa da própria Administração Pública, *ex officio*.

(...)

Portanto, não parece possível admitir que os fundamentos pertinentes às notas sejam atribuídos em sede recursal, já que implicaria numa admissão de um novo julgamento de propostas técnicas, agora com a identificação dos licitantes, o que subverteria a lógica trazida pela Lei 12.232/2010, que exige expressamente o julgamento dos planos do trabalho sem a identificação dos participantes, certamente por deferência aos princípios constitucionais da impessoalidade e moralidade.

(...)

Assim, dada a situação fática apresentada, opina-se pela inviabilidade de salvamento do julgamento realizado pela Subcomissão Técnica, por meio da convalidação, devendo o mesmo, por consequência ser declarado nulo em sua totalidade.

IV - DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Aduzidas as razões que balizaram o presente RECURSO ADMINISTRATIVO, esta empresa **ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA**, com supedâneo na fundamentação, requer o recebimento, análise por parte da Procuradoria Jurídica desta Prefeitura e admissão desta peça, para que ao final seja reconhecida a nulidade deste procedimento diante da óbvia ausência de motivação das notas.

Caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos legais que embasaram a decisão, posto que serão utilizados nas medidas futuras cabíveis.

Porto Alegre – RS, 10 de novembro de 2021.


ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA