RECEBEMOS Data: 05 05/19 Hora: 12:35 Hora: 12:35

Belo Horizonte, 04 de maio de 2017.

Ilustríssima Senhora, Márcia Aparecida Coelho Pinto, DD. Presidente da Comissão de Seleção E Julgamento da AGB Peixe Vivo.

Ref.: Ao convocatório nº 003/2017.

CASA DE IDÉIAS COMUNICAÇÃO LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPI/MF sob no 02.550.956/0001-92, com sede Av. Colares Moreira, 444, Sala 550, Ed. Monumental, Renascença II - São Luís-MA, por seu representante legal infra assinado, tempestivamente, vem, com fulcro na alínea " a ", do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8666 / 93, à presença de Vossa Senhoria, a fim de interpor RECURSO ADMINISTRATIVO contra a decisão dessa digna Comissão de Licitação que inabilitou a recorrente e habilitou os demais licitantes, demonstrando os motivos de seu inconformismo pelas razões a seguir articuladas:

I - DOS FATOS E RAZÕES PARA A MODIFICAÇÃO DO *STATUS* ATUAL DO ATO CONVOCATÓRIO 003/2017

A - Da Ausência de Resposta aos Questionamentos Lavrados Pelo Licitante - Lesão a item 2.10 e 2.11 do edital.

1.1 Acudindo ao chamamento dessa Instituição para o certame licitacional susografado, a recorrente veio dele participar com a mais estrita observância das exigências editalícias.

- 1.2 Para tanto, visando aclarar obscuridades contidas no edital, o licitante lançou mão da prerrogativa descrita pelos itens 2.10 e 2.11 deste edital, tendo enviado email para o endereço descrito no rodapé do edital, qual seja licitação@agbpeixevivo.org.br, em 19/04/2017 às 18h, contendo inúmeros questionamentos sobre o caráter técnico e interpretativo deste edital conforme se verifica do email enviado cuja cópia integral segue anexa a este recurso em 03 laudas.
- 1.3 Tais questionamento **não foram respondidos**, contrariando garantia descrita no item 2.10 e 2.11, cujo teor é:

Verbis:

- "2.10 O interessado que tiver dúvidas de caráter técnico ou legal quanto à interpretação do(s) Termo(s) deste Edital poderá solicitar à Presidente da Comissão de Seleção e Julgamento da AGB Peixe Vivo, por escrito. Os pedidos deverão ser solicitados em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de abertura dos envelopes, a fim de permitir que haja tempo para resposta. Os esclarecimentos serão respondidos aos interessados também por escrito.
- 2.11 Não serão atendidas solicitações verbais ou por telefone."
- 1.4 Portanto, ao não responder os questionamentos feitos pela Licitante, a douta Comissão de Licitação cerceou o direito a informação descrito na Lei 12.527/11, negando direito liquido e certo ao Licitante, ferindo igualmente o princípio da isonomia consagrado no inc. I, do art. 5º, da Constituição Federal.
- B Da Habilitação de empresas cujo objeto social e CNAE são absolutamente dissociados da natureza e objeto do presente Ato Convocatório Lesão a item 6.5.3, 6.7.1, 2.5, 2.7 e a LEI FEDERAL 4880/65.
- C Da NULIDADE do presente edital Lesão a Lei Federal 12.232/10
- 1.5 O objeto do referido edital esta descrito na cláusula 5 do anexo I do referido edital, na qual faz menção expressa *a contratação de empresa especializada*. Vejamos:

"5 - OBJETO O objeto deste Termo de Referência é **a contratação empresa** especializada para o planejamento e execução de serviços relativos à realização da CAMPANHA REVITALIZA RIO DAS VELHAS."

1.6 Outrossim, nos termos do escopo do serviço encontrado na cláusula 7, a referida empresa especializada, deverá operar o seguinte trabalho:

"7 - ESCOPO DOS SERVIÇOS O presente Termo de Referência dispõe os serviços a serem prestados por empresa especializada para a realização da CAMPANHA REVITALIZA RIO DAS VELHAS. A empresa contratada deverá elaborar um Plano de Ação detalhando as atividades nos dias dos eventos e produzir o material promocional nas quantidades previstas neste TDR, distribuir pelas regiões indicadas, produzir vídeos e áudios e realizar a compra da plataforma de mídias em rádio, jornais e internet, bem como realização dos trabalhos de mobilização social visando garantir o alcance, participação e envolvimento do maior número de pessoas da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas."

- 1.7 Ainda, no item 9.2 do referido edital, vislumbra-se de forma pormenorizada as especificações técnicas do objeto pretendido pelo referido edital, fazendo-se referencia expressa a inserções de comunicação através de rádio, inclusive com a produção do conteúdo (jingle e spots); produção de conteúdo para alimentar redes sociais; produzir e enviar releases, matérias informativas e temáticas, sugestões de pauta para jornais e blogs; desenvolvimento de site.
- 1.8 Amoldando-se nitidamente as especificações técnicas trazidas pelo edital temos a lei 4680/65 que dispõe sobre o conceito de propaganda e sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda. Vejamos:
- 1.9 Conceito de Propaganda:

Art 5º Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

- 1.10 Portanto, o art. 5º da Lei 4680/65 amolda-se perfeitamente ao objetivo de promover e difundir a Campanha Revitaliza Rio das Velhas, eis que, através de ações de sensibilização, educativas e de divulgação através dos meios de comunicação, ocorrerá a difusão de idéias.
- 1.11 Outrossim, a mesma lei é clara ao dizer que é o PUBLICITÁRIO é o professional competente e especializado para promover tal ofício (art 1°).

Art 1º São Publicitários aquêles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos veículos de divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

1.12 Outrossim, nos termos do art. 3° da Lei, temos que a aquisição de mídias para a veiculação de publicidade, deverá se dá necessariamente pelas agências de propaganda, sendo que no art.4° temos o conceito de veículos de propaganda.

Art 3º A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, ... VETADO ..., e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Art 4º São veículos de divulgação, para os efeitos desta Lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados as associações civis locais e regionais de propaganda bem como os sindicatos de publicitários.

1.13 Destarte, percebe-se com certa facilidade, que o objeto do edital em comento é destinado EXCLUSIVAMENTE para a participação de empresa que atuem no ramo de PUBLICIDADE E PROPAGANDA, devendo conter tais especificações em seu objeto social, e sendo o CNAE necessário para tal atividade o de nº: 7311400, admitindo-se como HABILITADAS empresas que não contenha CUMULATIVAMENE os referidos objeto social e cnae, contrariou-se os itens 6.5.3, 6.7.1, 2.5, 2.7 trazidos pelo próprio edital.

C - Da NULIDADE do presente edital - Lesão a Lei Federal 12.232/10

- 1.14 Em decorrência do objeto do referido edital ser destinado EXCLUSIVAMENTE a empresas de PUBLICIDADE E PROPAGANDA, a licitação deveria se ater a Lei Federal 12.232/10, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.
- 1.15 Em que pese o objetivo emanado do referido edital ser claramente de natureza publicitaria, temos que o Ato convocatório 003/2017 não observou os artigos 6°, 7°, 8° da Lei 12.232/10. *In verbis*:
 - t. 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:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

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

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

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

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;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação; XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

- § 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.
- § 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.
- Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:
- I raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- II estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio

e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

- 1.16 Deixando de se atentar o presente edital para as especificações técnicas necessárias trazidas para as licitações que buscam a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, especificações especiais essas contidas na Lei 12.232/10, temos que a unanimidade dos concorrentes do presente edital foram induzidos a erro, não havendo, portanto, sequer uma habilitação que traga em seu bojo as referidas especificidades.
- 1.17 Portanto, pleiteia-se a anulação deste Ato convocatório 003/2017, dada a não observância dos artigos °, 7°, 8° da Lei 12.232/10.
- 1.18 Caso não seja o pedido retro acatado, requer sejam imputados como inabilitados todos os concorrentes deste Ato Convocatório, em virtude da inobservância dos artigos °, 7°, 8° da Lei 12.232/10, hipótese em que deverá ocorrer a situação descrita no item 5.2.2 do edital.

II- DO PEDIDO

Na esteira do exposto, requer-se seja julgado provido o presente recurso, com efeito para que:

a) Com fulcro no fundamento "A" deste recurso, REQUER seja anulado o presente Ato Convocatório, em razão do cerceamento de prerrogativa concedida pelo edital ao Licitante - Lesão a item 2.10 e 2.11 do edital.

- b) Com fulcro no fundamento "B" e "C" deste recurso, REQUER seja anulado o presente Ato Convocatório, dada a não observância dos artigos °, 7°, 8° da Lei 12.232/10.
- c) Caso não seja o pedido retro acatado, requer sejam imputados como inabilitados todos os concorrentes deste Ato Convocatório, em virtude da inobservância dos artigos 6°, 7°, 8° da Lei 12.232/10, hipótese em que deverá ocorrer a situação descrita no item 5.2.2 do edital.

Outrossim, lastreada nas razões recursais esposadas, requer-se que essa Comissão de Licitação reconsidere sua decisão e, na hipótese não esperada disso não ocorrer, faça este subir, devidamente informado, à autoridade superior, em conformidade com o § 4°, do art. 109, da Lei n° 8666/93.

Nestes Termos P. Deferimento

Belo Horizonte, 04 de maio de 2017,

Nathália de Melo Oliveira - OABMG124511

Papracentante gradenciada madiente progue

Representante credenciada mediante procuração outorgada, cuja via encontra-se carreada juntamente com os documentos juntados no envelope nº1 – Habilitação.

ANEXOS

- 1) PROCURAÇÃO
- 2) CÓPIA OAB DA REPRESENTANTE NOMEADA EM HABILITAÇÃO
- 3) CÓPIA DO EMAIL ENVIADO E NÃO RESPONDIDO PELA COMISSÃO DE LICITAÇÃO
- 4) EDITAL CUJO OBJETO É PUBLICIDADE E PROPAGANDA, ELABORADO NOS TERMOS DA LEI 12232/10