

**ILMO. SENHOR JOÃO EDUARDO DE FARIA NETO, PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO BDMG, ESTADO DE MINAS GERAIS;**

REF.: EDITAL BDMG-36/2021.

**BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o n.º 17.489.954/0001-02, com sede na Rua Rio de Janeiro, n.º 2.735, Bairro Lourdes, Município de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, vem, por seu representante constituído que a esta subscreve, conforme documento em anexo (**Anexo – Doc. 1**), **LUANA CAROLINE ANDRADE COSTA**, brasileira, casada, advogada, portadora do documento de identidade n.º MG 16.945.418, SSP/MG, inscrita no CPF sob o n.º 103.629.346-73, com endereço profissional Rua Rio de Janeiro, n.º 2.735, Bairro Lourdes, Município de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, vem respeitosamente na presença de V.Sa., em tempo hábil, com fulcro no artigo 109, da Lei Federal n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, no item 19 e respectivos subitens do Edital de Concorrência Pública, a fim de interpor;

### **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO**

Em face do Recurso interposto pela empresa **TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, pelos fatos e mediante as razões fáticas, técnicas e jurídicas a seguir delineadas, requerendo ao final a manutenção integral da decisão recorrida.

## **I – DO RESUMO DOS FATOS**

O **BDMG**, tornou pública a realização de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, Tipo Técnica e Preço, objetivando ***“Contratação de pessoa jurídica especializada para a prestação de serviços de publicidade compreendendo o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover serviços e venda de bens, de difundir ideias, princípios ou iniciativas ou de informar o público em geral, observados as regras e condições deste Edital e respectivos anexos.”***, conforme as especificações descritas e detalhadas no EDITAL BDMG-36/2021 e respectivos anexos.

Aos seis dias do mês de maio de 2022, foi realizada a segunda sessão referente ao Processo Licitatório, onde, a Presidente da Comissão de Licitação, apresentou o julgamento das propostas técnicas e abriu o envelope de número 02, realizando assim a identificação das propostas técnicas contidas no envelope 01.

Após a publicação das notas e resultados a Agência **TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, apresentou recurso alegando que houve erro por parte da subcomissão técnica ao analisar e avaliar a proposta técnica da agência contrarrazoante.

Assim, a agência **BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, vem oferecer tempestivamente as presentes **CONTRARRAZÕES** ao **RECURSO ADMINISTRATIVO**, com base nas razões de fato e de direito que passa a aduzir.

## **II – DA TEMPESTIVIDADE E DO CABIMENTO**

Considerando que o prazo para apresentação das contrarrazões de recurso é de 05 (cinco) dias úteis, conforme estabelecido no item 14 e demais subitens do Instrumento convocatório, temos que tempestiva é a presente apresentação de **CONTRARRAZÕES**.

### ***14. DOS RECURSOS***

14.1. *Caberá recurso contra os atos decisórios havidos no certame no prazo comum de 05 (cinco) dias úteis, contados da intimação do ato ou da lavratura da ata nos casos de desclassificação de proposta, julgamento de propostas técnicas, julgamento de propostas de preços, habilitação ou inabilitação de licitante, declaração do licitante vencedor, anulação ou revogação da licitação.*

14.1.1. *Os licitantes devidamente representados por pessoas com poderes para tanto poderão renunciar ao direito de recorrer, o que será devidamente lavrado em ata.*

14.1.2. *Tendo havido a renúncia ao direito de recorrer por todos os licitantes, os trabalhos poderão, a critério da Comissão, continuar na mesma sessão.*

14.2. *A **interposição de recurso será comunicada aos demais licitantes, que poderão contra-arrazoá-lo no prazo comum de 05 (cinco) dias úteis.***

14.2.1. *Os licitantes devidamente representados por pessoas com poderes para tanto poderão renunciar ao direito de contra-arrazoar, o que será devidamente lavrado em ata.*

14.3. *O recurso será dirigido ao Presidente da Comissão Especial de Licitação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, à autoridade competente, que decidirá de forma definitiva.*

14.4. *Julgados os eventuais recursos, decorrido in albis o prazo para a sua interposição, ou havendo renúncia expressa ao direito de recorrer por parte de todos os licitantes, será publicada a decisão respectiva e, se for o caso, a data, a hora e o local da sessão pública para o ato subsequente.*

Em relação à contagem dos prazos a **LEI FEDERAL N.º 8.666, DE 21 DE JUNHO DE 1993**, estabelece:

*“Art. 110. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.*

*Parágrafo único. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade.”*

Portanto, é manifesto o cabimento das presentes contrarrazões, posto que, além de apresentar-se tempestiva e de acordo com os ditames constitucionais e legais, se trata de um direito público subjetivo, liberto de quaisquer condicionantes, usado com a finalidade de que a autoridade administrativa competente possa tomar conhecimento dos fatos, coibindo, assim, a prática de atos ilegais ou irregulares cometidos pela Administração Pública, tais quais os ensejadores da demanda em pauta.

Devidamente comprovada a tempestividade e o cabimento das contrarrazões, requer o recebimento do presente para o seu devido processamento e apreciação legal.

### **III - DOS FUNDAMENTOS**

#### **3.1. DO RECURSO INTERPOSTO PELA AGÊNCIA TOM COMUNICAÇÃO LTDA:**

Pretende demonstrar a Recorrente, a ocorrência de descumprimento da Lei e afronta aos princípios administrativos, quando, de fato, o que se verifica foi exatamente o contrário, considerando que o Presidente da Comissão, se baseou nas regras do instrumento convocatório e Legislações correlatas, para a condução dos procedimentos relacionados ao certame em referência.

##### **3.1.1 DAS ALEGAÇÕES DA AGÊNCIA TOM COMUNICAÇÃO LTDA:**

A Agência **TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, alega em seu recurso que é necessário a revisão das Notas atribuídas a proposta técnica da agência Brasil 84. Vejamos:

*O briefing cujo Plano de Comunicação é objeto da Proposta Técnica em questão traz em seu item 6, Anexo II, do Edital, as seguintes Diretrizes da Campanha Publicitária:*

*"Diante do contexto histórico sintetizado no item 5, a campanha publicitária a ser desenvolvida pela LICITANTE deverá responder ao seguinte desafio:  
Em meio a uma forte inclusão do Banco na agenda do desenvolvimento sustentável nos moldes da Agenda 2030 e seus ODS, após um fluxo intenso de comunicação durante a*

*Pandemia e no ano em que completa 60 anos, quais caminhos de comunicação o Banco deve adotar em 2022 tendo como premissa o equilíbrio dos vetores "institucional" (impacto para sociedade/propósito) e "mercadológico" (oferta de crédito para clientes, em especial – mas não exclusivamente – para MPEs)?*

**A campanha deve observar as seguintes premissas: (grifo nosso)**

I. Atuar de forma alinhada ao posicionamento institucional vigente, sem alterar sua redação ("BDMG. Novas ideias para o desenvolvimento"), mas com abertura para ressignificações.

II. Respeitar as diretrizes de identidade visual e marca contidas no Manual de Identidade Corporativa, que pode ser acessado no seguinte endereço: <https://www.bdmg.mg.gov.br/documentos/>

III. Observar que, apesar de o BDMG ter iniciado, a partir de setembro de 2021, a celebração do ano 60 de sua fundação, a campanha a ser proposta NÃO deve ser ancorada na comemoração desta efeméride, mas, sim, considerá-la como UM DOS elementos transversais para o atendimento ao desafio de posicionamento proposto.

IV. Observar contextos e informações adicionais a este anexo, disponibilizadas no website [bdmg.mg.gov.br](http://bdmg.mg.gov.br), bem como pesquisas, com meios próprios da agência, de notícias publicadas sobre o BDMG na mídia e quaisquer outras fontes capazes de agregar conhecimentos sobre o mercado de crédito em geral, sobre a atuação do BDMG, bem como sobre cenários e perspectivas macroeconômicas.

V. Planejar a campanha tendo como parâmetro ações obrigatoriamente de caráter "mídia" e "não-mídia", veiculadas ou empreendidas pelo período máximo de 1 (um) mês, com um teto orçamentário de R\$ 1,5 milhões, buscando, não obstante, oportunidades de prover máxima economicidade com melhor resultado."

Premissa é a "ideia que serve de base para a criação de um pensamento, opinião, ponto de vista, raciocínio; axioma, pressuposto"<sup>2</sup>. Como define o Dicionário Aurélio, pressuposto é "circunstância ou fato considerado como antecedente necessário de outro"<sup>3</sup>.

Pela leitura do presente recurso, depreende-se que a agência **TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, a quer, apenas e tão somente, **confundir** o julgamento do processo licitatório e o faz ainda, **de forma desrespeitosa para com seus pares de mercado e, notadamente, para com a equipe da subcomissão técnica.**

Realizando uma leitura superficial e adequada a seus objetivos, a recorrente alega que a Agência Brasil84, teria elaborado a campanha de forma que "evidencia a ancoragem do esforço na celebração dos 60 anos" da instituição, conforme argumentação abaixo.

Sobre essa questão, o briefing nos direciona da seguinte forma:

III. Observar que, apesar de o BDMG ter iniciado, a partir de setembro de 2021, a celebração do ano 60 de sua fundação, a campanha a ser proposta NÃO deve ser ancorada na comemoração desta efeméride, mas,

sim, considerá-la como UM DOS elementos transversais para o atendimento ao desafio de posicionamento proposto.

Pela leitura das orações destacadas, percebemos o quanto a recorrente quer se aproveitar de uma interpretação favorável ao seu entendimento sem, no entanto, se atentar para a real necessidade da campanha e do próprio BDMG: a celebração do ano 60 de sua fundação já foi iniciada. Dessa forma, é natural que qualquer peça de comunicação veiculada neste período festivo faça algum tipo de alusão à efeméride, considerando a mesma como UM DOS elementos transversais para o atendimento ao desafio de posicionamento proposto - o que a Brasil84 realizou inserindo um selo comemorativo nas peças que NÃO ANCORA a comunicação, como quer fazer acreditar erroneamente a recorrente, mas sim, alude à data, inserindo-o como mais um elemento que fortalece a imagem institucional do BDMG. Se o tema dos 60 anos tivesse sido citado no título da campanha da proponente, a recorrente poderia ter motivos para alegar tal questionamento, mas da forma como foi aplicado na campanha, chega a ser vergonhoso para uma agência que se apresenta em sua explanação como proprietária do saber e do entendimento teórico e técnico, fazer tal avaliação imprecisa e tendenciosa a seus próprios interesses.

Se a recorrente tivesse pesquisado mais sobre o objeto da licitação, teria percebido como os 60 anos se configuram como um marco importante para a instituição e, não menos para sua comunicação - afinal, estamos falando de mais de meio século de atuação no cenário econômico mineiro e nacional no ano em que o mesmo aniversário se efetiva. E, provavelmente por essa razão, foi indicado para entrar na campanha como UM DOS elementos transversais - e aqui, abrimos um parêntesis para lembrar qual o sentido de “transversal”: conforme o dicionário Michaelis, aquilo que segue direção oblíqua ou perpendicular ao ponto de referência, ou seja, algo transversal é o que cruza e que atravessa determinado ponto. E é assim que o tema dos 60 anos é tratado na campanha da Brasil84. Entretanto, segundo o subjetivo e conveniente entendimento da recorrente, a campanha de comunicação para a presente licitação não deveria fazer qualquer alusão a tão importante marco, mesmo com o briefing considerando “a mesma como UM DOS elementos transversais para o atendimento ao desafio de posicionamento proposto”. Ressaltamos ainda que, embora o tema dos 60 anos não devesse ser usado para “ancorar” a campanha (como, de fato, a Brasil84 não o fez), o briefing em nenhum momento o excluí de contexto ou mesmo proíbe sua abordagem nas peças - o que parece ter sido o entendimento da recorrente para embasar suas justificativas.

De fato, deve ser algo doloroso para a recorrente, que atendeu o devido cliente por tantos anos, ver a sua nota técnica em 3º lugar na classificação da subcomissão. Entendemos essa dor, mas, contudo, chega a ser desrespeitoso com as demais agências, subcomissão técnica e mercado, quando essa agência se coloca de forma prepotente como a única detentora do saber absoluto, capaz de julgar a própria subcomissão técnica e os demais concorrentes. Ora, tais atitudes nos fazem remeter ao que, na psicologia, é chamado de efeito Dunning-Kruger: tendência a superestimar as próprias habilidades. Na verdade, para nós da Brasil84, todas as ponderações da concorrente não passam de opiniões subjetivas, que levam ao descrédito de sua argumentação.

Ainda, alega a recorrente que:

**Premissa 4 - Observar contextos e informações adicionais disponibilizadas pelo Banco em seu site, na mídia e quaisquer outras fontes capazes de agregar conhecimento sobre a atuação do Banco.**

Conforme indicado anteriormente, a Licitante A ainda criou um selo comemorativo dos 60 do BDMG:



Sobre a aplicação do selo, ressaltamos as mesmas considerações sobre a conveniência da interpretação dos termos do edital conforme o quer a agência recorrente. Uma vez que o referido selo não consta de seu Manual de Identidade Visual, o mesmo não pode se adequar à premissa 4. Se a agência recorrente verificasse as demais publicações da instituição, teria percebido que o selo ao qual se refere não foi continuado nas demais publicações. Não haveria, portanto, qualquer gasto a mais de “troca de material”, como quer fazer acreditar a recorrente,

uma vez que o material promocional já foi distribuído aos públicos de interesse. A missão do selo ora proposto é, tão somente, referenciar o marco alcançado pela instituição, estratégia que contribui para endossar o posicionamento de marca apresentado na Ideia Criativa, e sua criação acontece em virtude do mesmo não constar do referido Manual.

Diante do exposto, é, portanto, inverídica e totalmente falsa a alegação da recorrente de que a Brasil84 teria descumprido as premissas do briefing dispostas nos itens 6.III e 6.IV do Anexo II do Edital, tendo observado as mesmas de forma criteriosa, criativa e adequada às necessidades de comunicação da licitante. Esperamos que a subcomissão técnica seja devidamente respeitada em suas decisões e análises, uma vez que foi criteriosamente selecionada para este fim. Da parte da agência recorrente, nós, que temos relativamente menos tempo de atuação, esperamos que a mesma se posicione de forma mais adequada e condizente com sua vasta experiência e renome, para que possa voltar a ser vista como referência entre seus pares de mercado.

Por fim, a Agência recorrente, alega que:

*O fato é que a Subcomissão ignorou transgressões gravíssimas e findou por premiar quem desconsiderou o *briefing*, ao mesmo tempo em que penalizou quem o seguiu à risca. Necessária, portanto, a revisão das notas atribuídas às propostas técnicas A, B e C.*

Importante ressaltar mais uma vez que o julgamento da subcomissão técnica foi totalmente efetuado com base no edital em epígrafe. E que, o julgamento realizado pela mesma é inquestionável e deve ser mantido por completo.

No caso em tela, a submissão avalia as Propostas Técnicas sem nenhuma identificação, ou seja, sem saber de quem se trata cada proposta. A análise é feita com base no que rege o edital e dessa forma, a subcomissão avalia cada proposta se utilizando dos princípios da igualdade, da legalidade e do princípio a vinculação ao edital.

A Subcomissão Técnica, está totalmente vinculada ao Edital. Ao avaliar as propostas técnica, utiliza-se como base, o art. 3º, caput, da Lei Federal n.º 8.666/1993, podemos identificar como princípios jurídicos que são aplicáveis às licitações: LEGALIDADE; IMPESSOALIDADE;

MORALIDADE; IGUALDADE; PUBLICIDADE; PROIBIDADE ADMINISTRATIVA; VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO; E JULGAMENTO OBJETIVO. Vejamos:

*“Art. 3º **A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.**” (Grifos nossos)*

Boa parte desses preceitos já se encontra consubstanciada no art. 37 da Constituição Federal. Vejamos:

*“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de **legalidade, impessoalidade**, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998) (...).”*

Ou seja, a Subcomissão Técnica avalia a proposta técnica conforme ditames do edital e pontua cada proposta, conforme sua capacidade. Desta forma, a agência que será contratada será a que apresentar a melhor proposta técnica, dentro das regras editalícias.

Todas as alegações da agência recorrente ferem as justificativas apresentadas pela subcomissão técnica, chegam a ser um desrespeito com a mesma.

Convém ressaltar que o papel da subcomissão técnica é analisar e julgar a proposta técnica, bastando que os critérios de avaliação sejam claramente definidos para que a avaliação realizada por profissionais com os requisitos técnicos constantes na referida lei (art. 10, §1º) atenda às necessidades de contratação do órgão.

A Lei 12.232/10, prevê que a subcomissão técnica será composta, da seguinte forma:

*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.***

Vemos portanto, que a Subcomissão Técnica é composta por pessoas que entendem de publicidade, por pessoas que sabem analisar e avaliar uma proposta técnica, sendo assim, se torna desrespeitoso questionar a pontuação dada pela mesma.

Não há o que se questionar no julgamento das propostas técnicas realizado pela Subcomissão técnica que agiu conforme os princípios e as regras impostas na Lei e no edital da presente licitação. A avaliação e a pontuação das propostas técnicas foi realizada por profissionais que se disponibilizaram para tal e as notas devem ser respeitadas pelas agencias licitantes.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.

Nesse contexto, entende-se que a agência **BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, cumpriu fielmente as disposições do edital, quanto a sua Proposta Técnica, por isso não há motivos para que a Subcomissão Técnica revise a pontuação da mesma.

#### **IV – DO DIREITO PLENO AS CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO**

##### **4.1. Da Legitimidade para contra razoar**

Preliminarmente, veja-se que, a empresa recorrida – **BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, tem legitimidade para contra razoar o recurso administrativo apresentado pela agência **TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, na condição de licitante que apresentou em tempo hábil toda a documentação exigida e por ter atendido todas as exigências estabelecidas no instrumento convocatório.

Portanto, a CONTRARRAZOANTE é uma agência séria, que, buscando uma participação idônea no certame, preparou suas propostas técnica e de preços em rigorosa conformidade com as exigências do edital, provando sua plena qualificação para contratação.

Vale dizer que o Edital, destinado a normatizar o desenvolvimento e o regime da futura relação contratual, deve estabelecer as condições a serem preenchidas pelos licitantes para a participação no certame, indicando os elementos a serem apresentados para a demonstração de seu atendimento.

Diante do exposto e, buscando atender a celeridade e eficiência na Administração Pública, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA amparada no Edital e nos princípios basilares da licitação, **deve sustentar o resultado da pontuação Técnica da Agência BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**

#### **V – DO PEDIDO**

Diante ao exposto, tendo em vista que a contrarrazoante atendeu a todos os requisitos exigidos no **PROCESSO ADMINISTRATIVO DE LICITAÇÃO MODALIDADE CONCORRÊNCIA**, ante aos fatos narrados e as razões de direito aduzidas na presente peça, **REQUER que sejam conhecidas as presentes CONTRARRAZÕES e declarada a total improcedência do Recurso, através do indeferimento do pleito da agência recorrente TOM COMUNICAÇÃO LTDA**, por ausência de fundamentação legal ou jurídica que possam conduzir a reforma das nota atribuídas a Agência **BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**

Isto posto, requer-se seja mantida a decisão que houve por bem declarar a contrarrazoante como primeira colocada, por atender expressamente as exigências do edital e da legislação, em atendimento ao disposto no artigo 3º da Lei Federal n.º 8.666/93.

Em caso de prosperar outro entendimento por parte deste Digno Presidente da Comissão de Licitação, requer seja o presente encaminhado à apreciação da autoridade superior do órgão licitante, para que, em última análise, decida sobre seu mérito, em conformidade com o § 4º, do art. 109, da Lei Federal nº 8666/93.

Por fim, seja devidamente motivada a decisão tomada, caso se entenda pelo provimento do Recurso, devendo o julgador apontar os fundamentos de direito e de fato, conforme determinado pelo Princípio da Motivação dos Atos e Decisões Administrativas.

Termos em que pede e aguarda deferimento.

**Belo Horizonte, em 20 de maio de 2022.**

**BRASIL84 PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

**LUANA CAROLINE ANDRADE COSTA**

**ADVOGADA OAB MG 164.094**

**Representante Legal**