

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO MINISTÉRIO DA SAÚDE

Concorrência nº 1/2021 - Ministério da Saúde

CALIA | Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, por seu representante, signatário do presente, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria apresentar

CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

interposto pela agência CC&P - Companhia de Comunicação e Publicidade LTDA, com esboço no item 22.2 do Edital, fazendo-o pelas razões de fato e de direito a seguir expostas:

1. DA TEMPESTIVIDADE

01. Inicialmente, ressalta-se a tempestividade da presente manifestação, pois os recursos que atacam o julgamento técnico da licitação foram disponibilizados no site do Ministério da Saúde, no dia 24 de maio (terça-feira), iniciando-se a contagem no dia subsequente, 25 de maio de 2022 (quarta-feira). Desta forma, o quinquídio útil coincide com 31 de maio de 2022 (terça-feira).

02. A seguir, o disposto no item 22.2 do edital, *verbis*:

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS



22.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação e protocolizada no Ministério da Saúde - Esplanada dos Ministérios Bloco G, Anexo A, 3º Andar, Sala 339, Brasília - DF, no horário das 9h às 12h e das 14h às 17h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

03. Não há dúvida, portanto, quanto a tempestividade da presente peça, que deve ser recebida a fim de que o recurso interposto pela licitante CC&P - Companhia de Comunicação e Publicidade LTDA seja improvido, em razão dos fatos e fundamentos a seguir aduzidos.

2. SÍNTESE FÁTICA

04. O Ministério da Saúde publicou o Edital da Concorrência nº 1/2021, com a finalidade de contratar serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

05. Realizados os devidos procedimentos licitatórios, entregues e analisadas as propostas técnicas, foi divulgado no Diário Oficial da União, Edição 92, Seção 3, página 184, em 17 de maio de 2022, o resultado do julgamento realizado, que culminou na seguinte qualificação:

- 92.6.
- 1ª NOVA/SB COMUNICAÇÃO S A CNPJ: 57.118.929/0002-18, nota final 98,5;
 - 2ª AGENCIA NACIONAL DE PROPAGANDA CNPJ: 61.704.482/0004-06, nota final 98,4;
 - 3ª DEBRITO PROPAGANDA LTDA CNPJ: 00.000.424/0003-18, nota final 98,3;
 - 4ª CALIA/YZ PROPAGANDA E MARKETING LTDA CNPJ: 04.784.569/0002-27, nota final 98,2;
 - 5ª PROPEG COMUNICAÇÃO S A CNPJ: 05.428.409/0003-99, nota final 94,0;
 - 6ª FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA CNPJ: 03.509.498/0001-00, nota final 93,9;
 - 7ª COMPANHIA DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA CNPJ: 69.277.291/0001-66, nota final 92,6;
 - 8ª BINDER COMUNICAÇÕES LTDA CNPJ: 72.190.242/0003-68, nota final 89,4;
 - 9ª E3 COMUNICAÇÃO CNPJ: 04.956.954/0001-23, nota final 86,5;
 - 10ª CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA CNPJ: 05.893.556/0001-78, nota final 86,00;
 - 11ª BABEL PUBLICIDADE LTDA CNPJ: 09.144.180/0001-50, nota final 85,1;
 - 12ª DESIGUAL PROPAGANDA CNPJ: 13.033.901/0001-21, nota final 83,9;
 - 13ª LZW3 DIGITAL LTDA (MORINGA) CNPJ: 05.244.232/0001-09, nota final 83,4

06. Insatisfeitas, duas concorrentes da ora Impugnante interuseram recursos, quais sejam: a CC&P Companhia de Comunicação e Publicidade LTDA e a Fields. Contudo, apenas a primeira empresa requereu a diminuição da pontuação conferida à Calia. No entanto, esse entendimento não merece prevalecer, conforme será demonstrado a seguir.

3. DAS RAZÕES PARA IMPROVIMENTO DO RECURSO CC&P COMPANHIA DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA

3.1. DA SUPOSTA FALHA NA FORMULAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

07. Inicialmente, a licitante CC&P afirmou ter havido erro da Calia na formulação de seu Plano de Comunicação.

08. Isso porque a agência teria adotado *"na apresentação da Ideia Criativa, o Conceito da Campanha: 'Toda doença é um risco. A vacina é proteção'"*, mas, segundo a Recorrente, ora Impugnada:

"Em toda comunicação publicitária, seja de produtos, serviços, empresas, instituições e, principalmente, de governos Federal, Estadual e Municipal, existem os chamados "pólices". Trata-se de temas, termos, palavras ou expressões, simplesmente, "proibidas" de serem abordadas, utilizadas ou mesmo sugeridas em suas mensagens publicitárias. Com o Ministério da Saúde não é diferente, toda agência de publicidade, que atende ou já atendeu, conhece as peculiaridades desse cliente tão especial. E um de seus "pólices" mais notórios é o uso da palavra "doença" nos conceitos e títulos de qualquer campanha".



09. Nesse sentido, ainda segundo a Impugnada, *"causou surpresa o conceito criativo apresentado pela agência de propaganda Calia [...] Não só pela adoção de uma linguagem trivial e sem qualquer criatividade, mas também por apresentar um pensamento óbvio, sem criatividade e, principalmente, pela desobediência a um critério 'básico' da comunicação publicitária estabelecido pelo Ministério da Saúde"*.

10. No entanto, em que pese as alegações trazidas pela ora Impugnada, não há qualquer comprovação a respeito da existência dessa suposta *"pólice"* formal do Ministério da Saúde. Aliás, veja-se que não há, no *briefing* desse certame, qualquer restrição criativa ou de terminologia e uso de palavras que impeça as licitantes de usarem a palavra *"doença"* ou qualquer outra, desde que essas sejam coerentes às estratégias propostas, que deverão se amoldar às demandas do *briefing*.

11. Aliás, é importante demonstrar que o próprio *briefing* repetiu a palavra *"doença"* vinte e três vezes, o que deixa absolutamente claro que o termo é constante na realidade da pasta, conforme trechos colacionados a seguir:

[...] *"a vacinação ajuda a prevenir uma média de três milhões de mortes ao ano em doenças como sarampo, febre amarela, tétano e difteria"*.

"O uso de vacinas tem uma maior relação de custo-benefício no controle de doenças imunopreveníveis do que o tratamento para a sua cura".

"As doenças preveníveis pelas vacinas podem, por exemplo, causar cegueira, retardar o desenvolvimento, provocar surdez, paralisia infantil, meningite e pneumonia".

12. Reforça-se que o Ministério da Saúde, no presente certame – além de realizar as citações supracitadas – colocou esse tema no centro das discussões. Senão, vide o trecho a seguir:



- Sobre os possíveis motivos das quedas vacinais:

"Vários são os possíveis motivos para justificar a baixa cobertura vacinal.

Abaixo listamos algumas razões:

O sucesso das ações de imunização causou a falsa sensação que não há mais necessidade de vacinar. Uma percepção enganosa dos pais dessa geração que foram beneficiados com a vacinação em massa no passado e não conviveram com essas doenças. São gerações que não vivenciaram os casos de poliomielite, varíola e difteria.

Desconhecimento sobre os benefícios das vacinas. Não se vê mais algumas doenças como um risco."

13. Sobre o primeiro objetivo de comunicação específico do *briefing*, qual seja: *"Informar e alertar à população quanto às doenças e a importância da imunização para a saúde individual e coletiva pontuando as consequências de não se vacinar (causa - consequência)"*, a Impugnada afirmou que *"Em todos os briefings apresentados às agências de propaganda que atendem a este cliente, um tópico já se consolidou e está sempre presente na formulação: A campanha deve ter um tom positivo, leve, evitando sempre que possível o uso da palavra 'doença'"*.

14. Ora, nesse contexto, questiona-se: a Impugnada pressupõe que as agências que atendem a pasta possuem informações privilegiadas? Isso, além de um erro crasso, constituiu um insulto às demais licitantes que compõem o quadro da presente licitação.

15. Não existe nenhuma *"pólice"* oficial que pertença exclusivamente ao grupo das agências com histórico na pasta. Caso tal fato fosse verdadeiro, poderia se denotar a falta de isonomia no processo licitatório em questão e não seria viável duas novas agências se tornarem vencedoras do certame, enquanto outras duas perdem seus postos.

16. Veja-se, dessa forma, que a argumentação trazida pela Impugnada sequer faz sentido de ser. Aliás, a Calia faz questão de demonstrar diversas vezes em que o Ministério da Saúde fez o uso da palavra “doença” em suas peças e notícias, a saber:



A gripe é uma infecção viral aguda que afeta o sistema respiratório. Ela é provocada pelo vírus da influenza e tem grande potencial de transmissão. O vírus se propaga facilmente, levando a casos leves, mas, também, a casos graves, que aumentam as taxas de hospitalização e provocam a morte de pessoas mais vulneráveis à doença.

A vacinação é a forma mais eficaz de prevenir a gripe e proteger as pessoas com maior risco de desenvolver complicações. A vacina é segura, evita casos graves e óbitos por gripe.

O sarampo é uma doença viral aguda altamente transmissível que pode apresentar complicações, principalmente em crianças desnutridas e menores de um ano de idade.

Para evitar surtos da doença, a campanha de vacinação em 2022 será focada em crianças de seis meses a menores de 5 anos de idade e trabalhadores da saúde.

Handwritten signature



Entenda como a NÃO vacinação pode trazer de volta algumas doenças já erradicadas ou eliminadas

Tire suas dúvidas a respeito da vacinação

AJUDE A COMPARTILHAR A CAMPANHA



[Assinatura]

conheça a doença de chagas

FORMAS DE TRANSMISSÃO

- 1. Transmissão por inseto (barbeiro)
- 2. Transmissão por transfusão de sangue
- 3. Transmissão por ingestão de alimentos contaminados
- 4. Transmissão por contato com secreções
- 5. Transmissão por contato com objetos contaminados

FASE AGUDA

Período de incubação de 1 a 17 dias. Os sintomas são inespecíficos e podem ser confundidos com outras doenças. Os sintomas mais comuns são febre, inchaço no local da picada e alterações no sistema digestivo.

FASE CRÔNICA

Período de incubação de 1 a 17 dias. Os sintomas são inespecíficos e podem ser confundidos com outras doenças. Os sintomas mais comuns são febre, inchaço no local da picada e alterações no sistema digestivo.

Como se prevenir

Evitar o contato com o inseto. Usar telas de proteção em ambientes onde há presença de insetos. Usar roupas de proteção, como luvas e calças. Evitar consumir alimentos sem higienização adequada e descongelados.

A doença de Chagas tem tratamento!

O que é o tabagismo?

O tabagismo é uma doença crônica causada pela dependência à nicotina presente nos produtos à base de tabaco.

SAIBA OS SINTOMAS

No Dia Mundial do Lúpus, Ministério da Saúde reforça a importância da conscientização sobre a doença

VACINAÇÃO

Sarampo: 22% das crianças tomaram a vacina contra a doença

CAMPANHA ALUSIVA AO DIA MUNDIAL DE COMBATE A DOENÇA DE CHAGAS

Ajude-nos a saber quantos somos e onde estamos

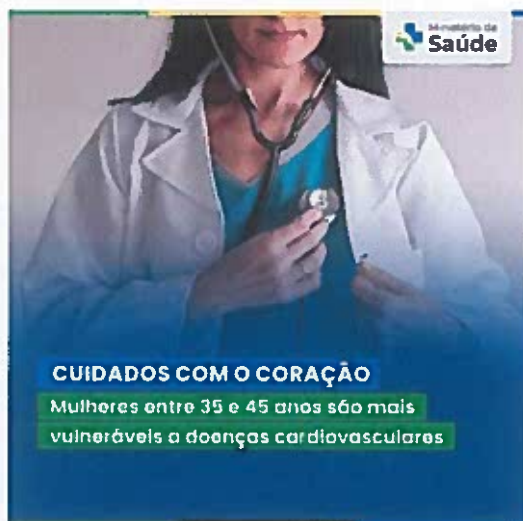
VOCE SABE RECONHECER O INSETO BARBEIRO?

ENFERMAGEM

Saúde promove o I Seminário de Enfermagem e das Doenças de Condições Crônicas e IST's

VACINAÇÃO

Sarampo: 22% das crianças tomaram a vacina contra a doença



< Ministério da Saúde Q

Publicações Sobre Fotos ▾ Menções

Ministério da Saúde

Os cuidados com o mosquito Aedes continuam na identificação dos sintomas das doenças que ele transmite. Fique atento aos sinais. E se estiver com suspeita, não se automedique. Procure uma unidade de saúde.

Para saber mais, acesse g... Ver mais



HANSENÍASE:

conhecer para não discriminar.

[illegible]

17. Aliás, vide a campanha feita pela própria CC&P para o Ministério da Saúde:

[illegible]

18. Ora, então nem a Impugnada observa a “*pólice*” que defendeu em seu recurso?

19. Aliás, deve-se ressaltar que é impossível que o Ministério da Saúde deixe de tratar de doenças. A omissão ocasionaria muito mais prejuízo do que bem à sociedade. Não se pode fechar os olhos àquilo que aflige os cidadãos e utilizar de eufemismos pode não ser suficiente para que os objetivos de comunicação sejam devidamente alcançados.

20. O tom leve e positivo nem sempre é adotado, até porque o *call to action* exige seriedade. Aliás, a ausência de vacinação por uma parte significativa da população é algo muito sério, que não pode ser tratado de qualquer forma, até porque, como se sabe, doenças já erradicadas podem voltar a fazer parte da realidade brasileira.

21. Portanto, é notório que, na falta de argumentos para criticar a proposta apresentada pela Calia que, diga-se de passagem, cumpriu com excelência as demandas do *briefing* e focou na superação do desafio de comunicação retratado nos índices de queda vacinal no Brasil, a CC&P se utilizou de afirmações que não são baseadas nem na realidade e nem nos documentos oficiais.

22. Desse modo, claramente a Subcomissão Técnica agiu de modo escorregado, com lisura e em atenção às determinações do Edital quando pontuou a Calia, uma vez que a agência cumpriu aquilo que fora exigido pelo instrumento convocatório com excelência e não há qualquer motivo plausível que justifique a redução de sua nota.

23. Ademais, nesse momento do processo licitatório, já não pode mais ser alterada a pontuação atribuída às licitantes por mero entendimento subjetivo de uma concorrente (tendo em vista que a CC&P afirmou ter faltado criatividade na proposta da ora Impugnante), afinal, se não demonstrada a



presença de vícios objetivos que correspondem à violação frontal aos comandos do Edital, não há que se falar em redução de nota após identificados os invólucros apócrifos, em atenção ao princípio da isonomia.

24. Assim, a total improcedência do recurso interposto pela CC&P é a medida que se impõe.

4. DOS PEDIDOS

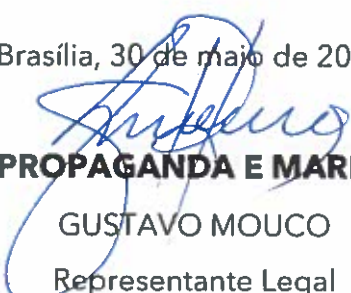
25. Diante do exposto, requer a Impugnante:

- a) Seja o recurso da CC&P julgamento totalmente improcedente, mantendo-se a pontuação atribuída à Calia em todos os tópicos apontados.

Nesses termos,

Pede deferimento.

Brasília, 30 de maio de 2022.



CALIA | Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA

GUSTAVO MOUCO

Representante Legal