

Recebido: 16/12/2016, às 15:23 horas
Edmundo Manoel de Sousa
Procurador
Mat. 1836231



MINISTÉRIO DA SAÚDE
GABINETE DO MINISTRO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Subcomissão Técnica da Concorrência nº 02/2016

ATA DE JULGAMENTO DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS

No período de 14 a 16.12.2016, na sala nº 450, situada no Edifício Sede do Ministério da Saúde, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento das propostas técnicas da Concorrência 02/2016, cujo objeto refere-se à contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação, com intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, instituições e informar o público em geral.

O objetivo das reuniões diz respeito à análise e manifestação da Subcomissão Técnica em relação aos recursos administrativos interpostos pelas empresas Agência Plá de Comunicação e Eventos Ltda. (**Plá**) e Ampla Comunicação Ltda. (**Ampla**) em face do resultado de julgamento das propostas técnicas da concorrência em referência.

Os recursos foram disponibilizados às demais licitantes para fins de impugnação e receberam manifestações das licitantes Fields Comunicação Ltda. (**Fields**), Calia Y/2 Propaganda e Marketing Ltda. (**Calia**) e Nova/SB Comunicação Ltda. (**Nova/SB**).

[Assinaturas manuscritas em azul]

Convém dizer, em caráter preliminar, que o julgamento das propostas técnicas tomou por base a legislação aplicável e os termos do Edital da licitação. A Subcomissão Técnica avaliou as propostas apresentadas observando os parâmetros objetivos estabelecidos no Edital e dentro dos conhecimentos técnicos e experiências profissionais de cada um de seus membros; primou pelos padrões adotados no Serviço Público quando da encomenda de serviços de publicidade, sempre com postura ética e justa nas avaliações, o que lhe possibilita afirmar que está respaldada tecnicamente em relação aos procedimentos adotados no julgamento das propostas, na atribuição das pontuações e na elaboração das justificativas anotadas em cada item, de cada proposta técnica.

Feita a leitura dos recursos e das contrarrazões, a Subcomissão Técnica discorre a seguir sobre cada um dos argumentos das recorrentes.

I – Recurso da Ampla Comunicação Ltda., proposta técnica classificada em 6º lugar:

O recurso interposto pela **Ampla** foi objeto de impugnação pela **Fields**, mas a Subcomissão Técnica deixa de analisar o mérito de ambos, por entender que a peça recursal não é válida pelas seguintes razões:

- a) O recurso refere-se à Concorrência nº 02/2016 e é assinado pela Sra. Maria Tereza Lopes Teixeira em nome da **Ampla**;
- b) Porém, a Sra. Maria Tereza não possui poderes para representar a empresa na Concorrência nº 02/2016, eis que a procuração que lhe foi outorgada pela **Ampla** tem como objeto “Representar a outorgante na Concorrência 001/2015”, portanto, diversa do processo licitatório em discussão;
- c) Também, em nenhum campo do corpo da procuração é feita alusão ao órgão licitante, Ministério da Saúde, o que, em tese, poderia suscitar que a procuração estar-se-ia referindo à licitação em apreço.

II – Recurso da Agência Plá de Comunicação e Eventos Ltda., proposta técnica classificada em 28º lugar:

- a) Pedido para que **seja declarada frustrada, nula ou anulada a licitação** aqui em voga, devendo-se cancelar todos os atos posteriores à publicação do Edital para que, corrigindo os equívocos ocorridos, se refaça o certame.



A Subcomissão Técnica deixa de se pronunciar sobre esse pedido, por constituir questão alheia às suas atribuições.

- b) Pedido de que, caso se negue o pleito acima, **(i) seja para excluir ou desclassificar as empresas classificadas em 1º, 2º, 3º e 4º lugares**, “haja vista as inúmeras omissões quando do julgamento das propostas por ela (*sic*) apresentadas”, **(ii) seja para a reavaliação das pontuações a ela atribuídos (*sic*)**.

Quanto ao pedido **(i) para excluir ou desclassificar as empresas classificadas em 1º, 2º, 3º e 4º lugares**, a Subcomissão Técnica, após examinar o recurso interposto pela **Plá** e as impugnações oferecidas pelas licitantes **Fields, Calia e Nova/SB**, manifesta o entendimento de que o pleito não merece prosperar, por apresentar razões já consideradas e observadas quando do julgamento das propostas técnicas, cujos resultados estão retratados nas planilhas de pontuações. Portanto, inexistente na argumentação da recorrente qualquer fundamento técnico que justifique o atendimento de seu pedido por parte da Subcomissão Técnica.

Quanto ao pedido **(ii) de reavaliação das pontuações a ela atribuídos**, em respeito ao extenso trabalho realizado no julgamento das 38 propostas técnicas, mas considerando as alegações colocadas no recurso, a Subcomissão Técnica consigna os seguintes esclarecimentos:

1) Da breve síntese dos fatos:

Diz a recorrente:

“A ora recorrente, que é empresa com notória competência e qualificação para atender ao objeto licitado, apresentou sua proposta e documentação correlata, ficando, após o transcurso da 2ª sessão, designada como a fase de proclamação do julgamento técnico, **classificada apenas em 28º lugar**, o que se entende ser uma **conclusão equivocada, injusta, ilegal e inconstitucional...**”.


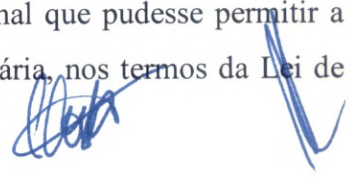


Sobre esse item, a Subcomissão Técnica registra que a alegada “notória competência e qualificação” da recorrente não ficou demonstrada em sua proposta técnica, e que sua classificação resulta da qualidade e do nível do material apresentado. Obviamente que, para a recorrente, a **conclusão só seria inequívoca, justa, legal e constitucional se ela fosse uma das vencedoras** do certame. Não foi esse o entendimento da Subcomissão Técnica, ao analisar tecnicamente a proposta da recorrente.

Também:

“... de forma incompreensível e no mínimo suspeita, **a proposta técnica primorosa da ora recorrente foi completamente subavaliada**, ao passo que propostas as apresentadas por agências (*sic*), algumas até desconhecidas e de porte irrisório para o mercado, que qualquer perícia simples demonstraria destoarem dos objetivos dispostos no Ato convocatório, foram evidentemente supervalorizadas, sem qualquer explicação que não o subjetivismo no julgamento das proposições levadas pelas concorrentes.”

A esse respeito, a Subcomissão Técnica registra que cada item da proposta técnica da recorrente recebeu pontuação condizente com o nível de seu conteúdo. A propósito, cabe ressaltar que é previsto no Edital que as propostas técnicas são estruturadas conforme o quadro a seguir, sendo que a parte correspondente ao Plano de Comunicação Publicitária, constante do Invólucro nº 1, com pontuação máxima de 70 pontos, foi encaminhado à Subcomissão Técnica sem nenhuma anotação, assinatura ou sinal que pudesse permitir a identificação da concorrente, sob pena de desclassificação sumária, nos termos da Lei de regência.



PROPOSTA TÉCNICA

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1 – sem identificação)		70
- Raciocínio Básico	05	
- Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
- Ideia Criativa	25	
- Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Informações das Agências (Invólucro nº 3 – com identificação)		
- Capacidade de Atendimento		10
- Repertório		10
- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação máxima total		100

Portanto, é inadequada a afirmação de que “de forma incompreensível e no mínimo suspeita, a proposta técnica primorosa da ora recorrente foi completamente subavaliada, ao passo que propostas apresentadas por agências, algumas até desconhecidas e de porte irrisório para o mercado foram evidentemente supervalorizadas, sem qualquer explicação”.

Ora, a parte identificada da Proposta Técnica corresponde a apenas 30 pontos do máximo de 100 da Proposta Técnica. Essa parte identificada, sim, avaliada, basicamente, conforme o porte da agência, seus profissionais, seus clientes, e os repertórios e relatos apresentados.

Se a referida proposta é primorosa, ela o é apenas para a recorrente, não para a Subcomissão Técnica, responsável pelo julgamento técnico, que não observou, no conjunto do material analisado, qualidades suficientes para justificar pontuações que a colocassem entre as classificadas para a próxima etapa do certame.

Também, foi equivocada a anotação manuscrita anexada à Ata da Segunda Sessão pública em que a representante da recorrente, de nome Patrycia Costa da Silva, de forma leviana, “solicita o cancelamento da 2ª sessão pública devido ao fato que coloca o processo licitatório em suspeição por fortes indícios de irregularidade e a abertura de sindicância para apurar conduta inapropriada do servidor Levi Lourenço.”, limitando-se, apenas no

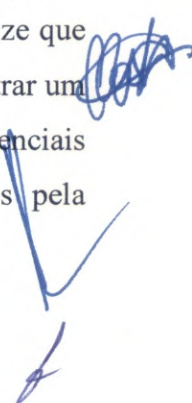
recurso e de forma simplista, a escrever entre parênteses que o nome Levi fora informado errado na hora. A recorrente não avalia nem assume que essa citação irresponsável gerou matéria equivocada em veículo de grande circulação nacional, mencionando de forma negativa o nome do servidor, pois que o vinculou a supostas irregularidades na licitação em pauta. Por extensão, a atitude da referida representante lançou dúvidas sobre a lisura do pleito empreendido pelo Ministério da Saúde.

2) Da revisão da pontuação recebida nos itens **Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa:**

Ao apresentar a campanha “Doe Sangue. Recarregue uma vida”, a recorrente **demonstra profundo desconhecimento do tema doação de sangue**, com toda a sensibilidade que lhe é inerente, bem como **demonstra desconhecer o trabalho realizado pelo Ministério da Saúde**, erro comum a agências com pouca experiência. Faltou exercitar a empatia, sair da posição de emissor, colocar-se no lugar do receptor e avaliar os pontos fortes e fracos da mensagem, antes de submeter a proposta à presente licitação.

Compreende-se a argumentação feita em torno da associação de recargas diárias de aparelhos eletrônicos e a “recarga” de uma vida por meio da doação de sangue. Porém, reitera-se, pelos argumentos já apresentados na planilha de julgamento das propostas, que a bolsa de sangue estilizada como um ícone gráfico de bateria de celular é um **partido temático inadequado** e que o **conceito proposto** “Doe sangue. Recarregue uma vida” é **inadequado à natureza e qualificação do Ministério da Saúde**. Não convém ao Ministério realizar campanha nacional que associe a doação de sangue a algo banal como uma recarga de bateria.

O sangue é insubstituível. Por isso mesmo, o Briefing da concorrência solicitou campanha que: **conscientize** a população sobre a importância da doação de sangue; que enfatize que salva vidas; que **esclareça como realizar a doação, quem pode doar** e onde encontrar um hemocentro; que promova a **valorização do doador regular** e estimule os potenciais doadores a doarem sangue regularmente. Esses objetivos não foram atendidos pela proposta da recorrente.



A recorrente afirma que a Subcomissão Técnica equivocou-se ao avaliar a proposta como pouco criativa, por não compreender a ideia e relevância do estilo “FlatDesign”, “que é tendência mundial de comunicação visual”. Tal afirmação evidencia que **a recorrente nem sequer estudou a memória de campanhas do Ministério**, haja vista que o referido estilo “FlatDesign” já foi utilizado na comunicação do Órgão diversas vezes. Somente no último ano foi utilizado nas campanhas de Segurança do Paciente, Câncer de Boca, Crianças contra Zika, Sífilis Congênita e outras igualmente disponíveis no Portal Saúde. Afirma que a utilização do “FlatDesign” garante à proposta “simplicidade, clareza e honestidade”, que apresenta gráficos “limpos”, “simples e elegantes”, “que facilitam a compreensão”, que trazem “liberdade e equilíbrio” às composições, todavia tais assertivas não condizem com as peças apresentadas na proposta da recorrente. **A mensagem das peças não é clara**, pelo contrário, **faz-se necessário uso de legenda explicativa para sua compreensão**. A mensagem das peças não é simples, **é, de fato, simplória**, não informando quem pode doar ou como doar em algumas das peças da campanha, a exemplo do filme e do jingle.

Ora, não é a utilização de um estilo que garante criatividade a determinada campanha publicitária, mas sim a habilidade demonstrada em solucionar problemas e desafios de comunicação de forma inovadora, com boa adequação ao tema, com consistência e pertinência na argumentação, de forma a permitir riqueza de desdobramentos positivos do conceito, a adequação e exequibilidade da estratégia para a solução dos desafios de comunicação, entre outros critérios determinados no Edital. Todos esses são **critérios objetivos que foram observados pela Subcomissão Técnica na avaliação** de cada uma das 38 propostas, inclusive das que não lograram classificação.

A seguir foram evidenciadas algumas das inconsistências entre o material entregue e o que é afirmado pela recorrente a partir do filme, peça principal da campanha e com base no qual foram criadas as demais.



Storyboard do filme para a campanha:

	Jingle: Se acaba a bateria, "cê" fica uma fera. Agora imagina se a coisa fosse séria.
	Jingle: Doação de sangue é carga de energia.
	Jingle: Coração é grande
	Jingle: Salva quatro vidas.
	Jingle: Recarregue uma vida
	Jingle: ...doando sangue, doando sangue...
	LOC: Cada vez que você doa sangue, recarrega as esperanças de ...
	LOC: ...até quatro pessoas.
	LOC: Com um pouquinho da sua energia elas podem ter uma vida inteira pela frente.
	LOC: Doe sangue. Procure o hemocentro da sua cidade.
	LOC: Ministério da Saúde, Governo Federal.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]




Observa-se aqui que não há exatamente uma história sendo contada, que promova envolvimento emocional e cativa a atenção do espectador, uma vez que o jingle já inicia com uma mensagem sobre bateria e a ilustração de uma mulher fazendo atividade física. Apesar de o jingle ter uma mensagem repetindo “doando sangue” e “doe sangue”, a direção de arte não colabora para sua compreensão, não ficando claro se os personagens são doadores ou pessoas que necessitam de uma transfusão de sangue, nem mesmo por que estariam conectados a “bolsas de sangue” nas atividades ilustradas. Mesmo utilizando o estilo “FlatDesign”, a licitante optou por traços de rabiscos e pinceladas nos desenhos do filme, diferenciando-o das demais peças da campanha, que não apresentam tal textura e, assim, interferem na unidade visual.

A recorrente afirma ser óbvio que não tinha a intenção de sugerir que a doação ou transfusão de sangue fosse feita em meio a uma atividade física. Por que, então, foi ilustrado justamente isso? Tal ilustração **configura erro técnico elementar**, que **inviabiliza completamente a execução da campanha apresentada**.

Ao contrário do que a recorrente afirma, **não é evidente que as ilustrações representam os benefícios concedidos a quem recebe uma doação de sangue**, pois em nenhum momento a campanha apresenta o motivo por que precisaram de doações de sangue inicialmente, **sendo ineficiente para conscientização da população**.

Considerando que da verba de R\$ 30 milhões determinada para o exercício da licitação a recorrente investiu mais de 50% na produção e veiculação do filme acima, **não fica evidenciado como cumprirá o papel de conscientizar a população sobre a importância da doação de sangue, atingir os objetivos de comunicação solicitados no Edital, e principalmente aumentar o número efetivo de doações regulares**.

Portanto, apesar de insistir na defesa da campanha “primorosa” apresentada para a licitação, a recorrente dá provas de que **não possui capacidade técnica para realizar campanhas compatíveis com o nível de profissionalismo, criatividade e qualidade de execução das campanhas realizadas pelo Ministério**.



Por fim, quer a **utilização da fonte tamanho 11** tenha sido acarretada por adequação automática na impressão ou não, **configura descumprimento do Edital**, e isso foi considerado na pontuação atribuída à licitante.

Brasília, 16 de dezembro de 2016.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA


Levi Lourenço Narciso
Priscila Cortez Costa
Sérgio Flores de Albuquerque