



À

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**Câmara Legislativa do Distrito Federal**

Praça Municipal, Q. 02, Lote 05, Térreo Inferior – Edifício Sede

Brasília - DF

Ref.: Concorrência nº 002/2011 - CEL

**DPZ - DUAILIBI PETIT ZARAGOZA PROPAGANDA LTDA.**, agência de publicidade com sede na cidade São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Cidade Jardim, n.º 280, inscrita no CNPJ sob o n.º 62.123.948/0001-91, por seu representante legal, no prazo estabelecido pelo artigo 109, inciso I, alínea ‘a’, da Lei 8.666/93 e no item 22.1. do Edital, vem apresentar **recurso** da decisão proferida por esta Comissão de Licitação que a inabilitou para participar da concorrência sob referência, expondo e requerendo, para tanto, o seguinte:

1. Interessada em participar da presente concorrência, do tipo “*melhor técnica*”, que visa à contratação de duas agências de publicidade para atender a Câmara Legislativa do Distrito Federal na forma de execução direta, sob o regime de empreitada por preço global, a DPZ apresentou, no dia, hora e local definidos pelo item 2.1 do Edital, os invólucros nº 01, 02 e 03 contendo suas Propostas Técnicas e o invólucro nº 04 com sua Proposta de Preço.

2. Sempre se pautando pela mais comezinha regra que rege as licitações do setor publicitário, expressa no artigo 6º, inciso XII, da Lei 12.232/2010, e seguindo estritamente os ditames contidos no item 11.2 do Edital, a DPZ apresentou a via não identificada do seu Plano de Comunicação Publicitária, no invólucro de nº 01, no formato padrão estabelecido pelo Edital e sem a aposição de quaisquer marcas, sinais ou palavras que possibilitassem a sua identificação como licitante.

3. Ocorre que, para sua surpresa, na sessão realizada em 07.10.2011, esta Comissão Especial de Licitação tornou público o conteúdo da ata de sua primeira sessão reservada, ocorrida em 08.09.2011, em que declarou desclassificada a Proposta Técnica apresentada pela DPZ, pelo seguinte motivo:

**“4. Conceito analisado: Lei Orgânica. Há 18 anos fazendo do Distrito Federal o melhor lugar para se viver.**

*Após o exame, na forma do edital, itens 9 e 11 o Plano de Comunicação Publicitária - Via Apócrifa, a licitante foi **REPROVADA** por descumprimento do subitem 11.2, inciso I “Folhas de papel A4, 75g/m², branca, sem qualquer marca, orientação e com fonte Times New Roman, corpo 12, estilo normal e cor preta; texto justificado”, com a apresentação de gráficos e títulos coloridos, páginas 15 a 28” (grifo nosso).*



4. Pelo o que se depreende da justificativa dada por esta Comissão, a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela DPZ foi desclassificada porque seus gráficos e títulos foram inseridos coloridos (na realidade, majoritariamente em tons de azul) às folhas 15 a 28, o que violaria o disposto no subitem 11.2, inciso I, do Edital – o qual, adiante-se, em nada se relaciona com o caso.

5. Como se demonstrará neste recurso, a decisão desta Comissão está em absoluto desacordo com o texto da lei que rege as concorrências públicas, com as disposições do Edital que norteiam este procedimento licitatório e com a postura condescendente adotada por essa mesma Comissão frente às propostas técnicas apresentadas por outras licitantes que, tal qual a recorrente, também apresentaram gráficos e títulos coloridos na via não identificada dos seus respectivos Planos de Comunicação Publicitária, *mas não foram desclassificadas*. Senão vejamos.

**I – Inexistência de vedação na Lei 12.232/10 e no Edital para a inserção de “gráficos e títulos coloridos”**

6. A Lei 12.232/2010 que disciplina a contratação de agências de publicidade por entes da Administração Pública dispõe, em seu artigo 6º, inciso XII, que é vedada “*a aposição, em qualquer lugar 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 [a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária]*”.

7. A Lei, portanto, impede a aposição de qualquer marca, sinal ou palavra no Plano de Comunicação Publicitária – via Apócrifa que permitam a identificação de uma licitante. Isso significa que a preocupação externada pela Lei é a de que uma agência de publicidade, em conluio com terceiros e com o fito de ludibriar a lisura de um procedimento licitatório, insira na via não identificada de Plano de Comunicação Publicitária um elemento diferenciado, de características próprias e peculiares, que tornem possível sua identificação.

8. Além disso, para dar cumprimento à imposição da lei de não permitir a identificação das licitantes antes da abertura da via identificada do mesmo Plano de Comunicação Publicitária e para eliminar qualquer possibilidade de uma licitante auferir vantagens ou benefícios frente às suas concorrentes, a Lei 12.232/2010, em seu artigo 6º, inciso IX, exige que o Edital estabeleça um formato padronizado do Plano de Comunicação apresentado por todas as licitantes. Por sua pertinência, transcreva-se o mencionado dispositivo:

**“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”;**



9. Assim, de acordo com o artigo acima transcrito, todo o Plano de Comunicação Publicitária deve obedecer a um formato estabelecido no Edital, *com exceção do previsto no inciso XI do mesmo artigo*. Este inciso XI, por sua vez, possui a seguinte redação:

***“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”;***

10. Assim, basta a leitura conjunta dos três dispositivos acima transcritos para se chegar à óbvia conclusão de que ao mesmo tempo em que veda o uso de elementos identificadores (marcas, sinais e palavras) nas vias apócrifas do Plano de Comunicação Publicitária, a Lei 12.232/10 reconhece que a inserção de tabelas e gráficos pode se dar nos Planos de Mídia e Não Mídia (que existem tanto na via “Identificada” como na via “Não Identificada” dos Planos de Comunicação Publicitária) da forma como os proponentes reputarem mais adequada para sua apresentação, o que significa preto e branco, colorido, sublinhado, itálico, nos formatos de barra, pizza, linha, etc., etc...

11. Ou seja, em outras palavras, a Lei 12.2332/10 exclui “*gráficos, tabelas e planilhas*” como marcas, sinais ou elementos identificadores de qualquer proposta, porque tais elementos respeitam padrões universalmente aceitos e praticados, e seu uso é considerado banal e comum. E por não trazerem qualquer sinal peculiar ou diferenciado são, por si só, incapazes de identificar qualquer concorrente, razão pela qual seu uso pode ser feito sem a observância da rigidez de um padrão pré-determinado, tal como prevê o inciso XI, do artigo 6º, da Lei 12.232/2010.

12. E é exatamente por essa razão que o subitem 11.6.4. do Edital – o único que trata da tonalidade da apresentação de tabelas, gráficos e planilhas –, apenas pode ser interpretado como uma faculdade dos licitantes de editarem esses elementos em tons de cinza. Tanto é assim que o verbo utilizado no mencionado subitem está no modo condicional, com “*poderão*”, e não “*deverão*” ou “*estão obrigados a*” ou algo semelhante, justamente porque, como já visto neste recurso, o Edital não poderia restringir ou limitar o formato e a tonalidade dos gráficos por expressa disposição do inciso XI, do artigo 6º, da Lei 12.2332/10, transcrito no item 9 deste recurso.

13. Com base nesses dispositivos legais é que, portanto, a DPZ apresentou a via não identificada de seu Plano de Comunicação Publicitária com gráficos e tabelas em tons azuis, mas sem qualquer marca, sinal ou palavra que permitissem sua identificação – exatamente como determina o Edital.

14. Diga-se, por outro lado, que o subitem 11.2., inciso I, do Edital, ao qual a decisão proferida por essa Comissão faz remissão para desclassificar a proposta técnica da DPZ, é absolutamente inaplicável ao caso porque sequer se relaciona à “gráficos e títulos coloridos”, mas sim exclusivamente ao tamanho do papel



em que deveria ser apresentada a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (A4) e da fonte em que deveria ser apresentado (“Times New Roman”, corpo 12, estilo normal, cor preta – exatamente a mesma com a qual a recorrente redige este recurso).

15. O equívoco incorrido por essa Comissão é patente: acabou por desclassificar a proposta técnica da DPZ em função da presença de “gráficos e títulos coloridos” – quando, adiante-se, outras agências também utilizaram deste recurso e não foram desclassificadas – e fundamentou essa decisão no disposto no subitem 11.2, item I, do Edital, que trata do tamanho de papel e da fonte do Plano de Mídia!!

16. Certamente essa Comissão saberá reconhecer que não só a Proposta Técnica da DPZ não violou o disposto no subitem 11.2, item I, do Edital, como também que a leitura conjunta dos dispositivos da Lei 12.232/10 com o Edital somente pode levar a entendimento diametralmente oposto ao que foi adotado: o de que nenhuma licitante estava impedida de apresentar gráficos e títulos coloridos, exatamente porque o uso desse recurso não só não é vedado, como há expressa permissão legal de que cada licitante opte pelo formato que mais lhe agradar.

17. Essa constatação, aliás, não é única e exclusiva da DPZ, na medida em que outras licitantes apresentaram as vias não identificadas de seus Planos de Comunicação Publicitária contendo gráficos e títulos coloridos, como se passa a demonstrar.

## **II - Proposta Técnica da agência AGNELO PACHECO: presença de gráficos coloridos.**

18. Como se vê da Proposta Técnica apresentada pela licitante AGNELO PACHECO, classificada, aliás, em 1ª lugar no certame, os gráficos apresentados em seu Plano de Mídia da via não Identificada estão nas cores VERDE e CINZA (Volume VI, página 32 - folha 1107/ página 34 - folha 1105/ página 35 - folha 1106).

19. Quanto a essa constatação – de que os gráficos são verdes e cinzas – não sobram dúvidas, de maneira que essa Comissão não poderia ter atribuído a condutas idênticas de duas licitantes duas conseqüências distintas: desclassificar uma delas e relevar eventual equívoco da outra. Isso seria, sob qualquer ótica, uma violação ao princípio da igualdade entre os concorrentes, pela utilização de um critério subjetivo para a seleção das agências desclassificadas e classificadas no certame.

20. Portanto, se as planilhas nas cores verde e cinza contidas na Proposta Técnica da AGNELO PACHECO não configuram, no entender desta Comissão, nenhuma irregularidade, não há como se considerar que as planilhas em tons de azul apresentadas pela Proposta Técnica da DPZ possam, ainda que em tese, violar alguma disposição editalícia. Aliás, como já visto, nenhuma das duas Propostas viola qualquer disposição legal ou do Edital, na medida em que ambos não vedam a apresentação de gráficos e títulos coloridos

21. Por todas essas razões, deve ser reformada a decisão que inabilitou a Proposta Técnica da DPZ deste certame. Todavia, se esse não for o entendimento dessa Comissão, não sobrará alternativa que não a desclassificação da Proposta Técnica apresentada pela AGNELO PACHECO, que está eivada do mesmo vício que padece a Proposta Técnica da DPZ.

**III – Outros equívocos incorridos pelas Propostas Técnicas das demais licitantes. Condescendência da CEL que deve ser ampliada à DPZ pelo princípio da igualdade.**

22. Por outro lado, inúmeras foram as incongruências encontradas nas Propostas Técnicas de algumas licitantes que passaram despercebidas ou foram relevadas por essa Comissão. Ocorre que, em qualquer uma dessas duas hipóteses, é completamente incompreensível e incoerente que a DPZ tenha sua Proposta Técnica desclassificada apenas por conter gráficos e títulos coloridos – que não são sinais identificadores e não estavam vedados pela Lei ou pelo Edital – e outras licitantes tenham sido agraciadas com a benevolência e condescendência desta Comissão.

23. A rigor, o tratamento desigual entre essas licitantes resvala diretamente para o campo da ilegalidade, e redundará na nulidade do julgamento da licitação, uma vez que não pode esta Comissão, ao avaliar as Propostas, usar de critérios pouco claros e não muito ortodoxos para classificar e desclassificar licitantes.

24. O que a recorrente pretende, ao demonstrar a essa Comissão os equívocos em que incorreram as Propostas Técnicas das demais licitantes, não é pleitear a desclassificação de qualquer uma delas, pois entende que uma penalidade gravíssima como a que sofreu não pode ser utilizada indiscriminadamente em face de alguns erros pueris e sem qualquer conseqüência à lisura do certame.

25. O que a recorrente busca é demonstrar que, por vezes, a Comissão fez uso do disposto no item 19.1.3. do Edital, segundo o qual, no interesse desta licitação, poder-se-ia “*relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Especial de Licitação*”, quando deveria tê-lo feito também no seu caso, em razão da inexpressividade da apresentação de “gráficos e títulos coloridos” às páginas 15 a 28 de sua Proposta.

26. Assim, feitas essas observações, a recorrente traz ao conhecimento desta Comissão os equívocos constantes das Propostas Técnicas apresentadas pelas demais licitantes em desacordo com o Edital e que não foram objeto de questionamento ou de desclassificação por esta Comissão:





### **1. Agência AGNELO PACHECO:**

- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte menor a 12 (Págs. 16, 25 e 28 da Proposta Técnica / Fls. 1087, 1096 e 1099 do processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital, e a
- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” foram apresentados no formato A3 (Fls. 1108 a 1120 do Processo), em violação ao Edital, conforme resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, de que *“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4”*

### **2. Agência SGNA:**

- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” foram apresentados no formato A3 e papel especial (Fls. 1273 a 1278 do Processo) e montadas: Violação expressa ao Edital, conforme resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, de que *“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4”* e *“os exemplos da campanha deverão estar soltos”*.

### **3. Agência OGILVY:**

- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte menor a 12 (Págs. 18, 20 e 21 da Proposta Técnica / Fls. 870, 872 e 873 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital.

### **4. Agência SMK:**

- Títulos em negrito (Págs. 7, 8, 10 e 11 da Proposta Técnica / Fls. 904, 905, 907 e 908 do Processo): Violação ao subitem 11.2., inciso I, do Edital;
- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte muito menor a 12 (Págs. 17, 24, 26, 28, 32-34, 36 da Proposta / Fls. 914, 921, 923 925, 929 a 931, 933 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;
- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” foram apresentados no formato A3, gramatura acima de 75gr (Fls. 940 a 946 do Processo): Violação expressa ao Edital, conforme resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, cuja resposta foi *“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4”*, e
- O texto do spot de rádio com a fonte em desacordo ao determinado pelo subitem 11.2., inciso I, do Edital (folha 947).

### **5. Agência BEES:**

- Texto sublinhado (Págs. 2 a 7 da Proposta / Fls. 950 a 955 do Processo) e texto sublinhado e negrito (Págs. 10 e 11 da Proposta / Fls. 958 e 959): Violação ao subitem 11.2., inciso I, do Edital;
- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte menor a 12 (Págs. 21 a

26, 28, 29, 31, 34, 37, 40, 41, 43 e 44 da Proposta / Fls. 969 a 974, 976, 977, 979, 982, 985, 988, 989, 991 e 992 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

- Como exemplos de peças da “Ideia Criativa”, foram apresentadas **peças montadas** (Fls. 997/998 do processo), em clara violação ao subitem 11.2, alínea IV, do Edital, que não permitia nenhuma **“formatação especial”** nas peças que integram o Plano de Comunicação, bem como à resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, cuja resposta foi **“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4”**

#### **6. Agência SOTAQUE:**

- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte  muito  menor a 12 (Págs. 17, 18, 23-34 da Proposta / Fls. 1029, 1030, 1035-1046 do processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

#### **7. Agência DOV:**

- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” apresentados em papel fotográfico, formato A3 (Fls 701-715 do Processo): Violação expressa ao Edital, conforme resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, cuja resposta foi **“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4”**

#### **8. Agência AV:**

- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte  muito  menor a 12 (Págs. 26-31 da Proposta / Fls. 742-747 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

#### **9. Agência FIELDS:**

- O texto para cumprimento do quesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia” foi entregue em 4 páginas, quando o Edital estipulava 2 páginas, no máximo (Págs. 5-8 da Proposta / Fls. 784-787 do Processo): Violação ao subitem 11.7.4. do Edital.

- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte  muito  menor a 12 (Págs. 15-17, 29, 30 e 32 da Proposta / Fls. 794-796, 808, 809 e 811 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” apresentados em papel fotográfico, formato A3 (Fls 838-851 do Processo), além de exemplo de peça montada (Fls. 839 do processo). Violação ao subitem 11.2, alínea IV, do Edital, que não permitia nenhuma **“formatação especial”** nas peças que integram o Plano de Comunicação, bem como à resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, com a expressa indicação de que **“as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4” e “os exemplos de campanha deverão estar soltos”**;



#### **10. Agência MARIA:**

- O texto para cumprimento dos quesitos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação” e “Ideia Criativa” foi entregue com 26 páginas, quando o Edital estipulava 08 páginas, no máximo (Págs. 1-26 da Proposta / Fls. 1329-1354 do Processo). Títulos e destaques em negrito: Violação aos subitens 11.7.3.e 11.2., inciso I, do Edital;
- O texto para cumprimento do quesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia” continha títulos e destaques em negrito (Págs. 27-28 da Proposta / Fls. 1355-1356 do Processo): Violação ao subitem 11.2., inciso I, do Edital;
- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte menor a 12 (Págs. 29, 30, 33 e 34 da Proposta / Fls. 1357, 1358, 1360 e 1361 do processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

#### **11. Agência DE BRITO:**

- Títulos e destaques em negrito e sublinhados (Págs. 1-8 da Proposta / Fls. 1399- 1406 do Processo): Violação ao subitem 11.2., inciso I, do Edital;
- Planilha do “Resumo de Verba” com tamanho de fonte muito menor a 12, praticamente ilegível (Pág. 8 da Proposta / Fl. 1406 do Processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;
- Planilhas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” com tamanho de fonte muito menor a 12 (Págs. 10-22 da Proposta / Fls. 1408-1420 do processo): Violação aos subitens 11.6.4.1 e 11.2. do Edital;

#### **12. Agência INFORMAÇÃO:**

- Títulos e destaques em negrito (Págs. 1-7, 9 e 10 da Proposta e Fls. 1442-1448, 1450 e 1451 do processo): Violação ao subitem 11.2., inciso I, do Edital; e
- Exemplos de peças da “Ideia Criativa” apresentadas em papel especial, A3 (Fls. 1469 a 1480 e montadas (Fls. 1480, 1481 e 1482): Violação expressa ao Edital , conforme resposta dada por essa Comissão Especial de Licitação, em 15.08.2011, ao questionamento formulado pela agência SLA, cuja resposta foi “*as peças deverão ser entregues em papel de 75g/m<sup>2</sup>, em tamanho A4*” e “*os exemplos da campanha deverão estar soltos*”.

27. Todas essas divergências acima mencionadas são apenas exemplificativas da maneira tendenciosa pela qual esta Comissão fez uso do disposto no item 19.1.3. do Edital e relevou equívocos incorridos pelas demais licitantes, mesmo quando caracterizaram violações frontais aos comandos do Edital.

28. Diga-se, ainda, que a presente concorrência é do tipo “*melhor técnica*”, modalidade cuja complexidade e especialização de objeto exigem que a qualidade técnica do serviço seja, obrigatoriamente, preponderante em qualquer situação, inclusive em relação ao preço. Para estes casos, não atende aos interesses da Câmara Legislativa do Distrito Federal levar a cabo uma licitação com um número reduzido de concorrentes, pois, com poucas propostas técnicas para serem analisadas, é nula a competição entre as licitantes e a escolha



pela “*melhor técnica*” estaria restrita a poucas, mas não necessariamente à “*melhor*” opção para o ente licitante.

29. O interesse da Câmara Legislativa do Distrito Federal é, exatamente, contrário a esse propósito, *somente cabendo a desclassificação de concorrentes e de suas propostas em casos onde efetivamente se caracterizem violações graves às regras da licitação*, o que decididamente não é o caso, ainda mais em se considerando o quanto exposto no subitem 19.1.3. do Edital.

30. Pelo exposto, confia a DPZ em que essa Comissão Especial de Licitação receberá o presente recurso em seus efeitos devolutivo e suspensivo e lhe dará provimento, para o fim de reconsiderar a decisão que a inabilitou do certame.

31. Requer, contudo, em caso de manutenção da decisão, a remessa do recurso à autoridade responsável da Câmara Legislativa do distrito Federal, tal como prevê o item 22.3. do Edital, para que dele conheça e lhe dê provimento

São Paulo, 24 de outubro de 2011.

  
\_\_\_\_\_  
**DPZ - Duailibi Petit Zaragoza Propaganda Ltda.**  
**Leonardo Teshima**  
**Representante Legal**