



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

### Concorrência nº 7/2012 Relatório sobre recursos

**Recorrentes:** Fazenda Comunicação e Marketing Ltda. e Lume Comunicação Ltda.

As empresas recorrentes interpuseram, tempestivamente, recurso contra a decisão proferida na fase pertinente a nota técnica do certame epigrafado, decisão esta consubstanciada na ata do dia 12 de março próximo passado e demais documentos que a instruem, em particular os decorrentes da subcomissão técnica competente.

Considerando se tratar de dois recursos, procede-se nesta peça à análise de cada um deles em tópicos autônomos, em favor de maior clareza dispositiva.

#### 1 - Recurso da empresa Fazenda Comunicação e Marketing Ltda.

A empresa Fazenda Comunicação e Marketing Ltda. foi desclassificada por dois motivos, a saber:

- descumprimento do item 3.1, letra “c”, do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária com espaçamento emoldural diverso do exigido pelo edital, de 2 cm em ambas as margens laterais (direita e esquerda);
- descumprimento do item 3.6, letra “c”, subitem II.1, do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária, parte “Ideia Criativa”, com excesso de peças em relação ao admitido pelo edital, de 10 no máximo.

A recorrente não contesta, em sua peça de contrariedade, a ocorrência dos fatos em si, mas apenas a interpretação que lhe foi emprestada.

No primeiro caso, propugna pela abstenção de se seguir qualquer formalismo divorciado do conteúdo em si, enquanto no segundo, em lacônica defesa, se resume a afirmar que “*o kit fechado da Ideia Criativa apresentado ... corresponde a uma única peça e não como várias peças*”.

Tal como pretende a recorrente, a regra para as licitações é mesmo que o formalismo deve ser afastado como cerne do processo decisório; no entanto, para o certame pertinente ao serviço de publicidade é a própria Lei nº 12.232/2010 que prestigia os aspectos formais, quanto à apresentação do plano de comunicação publicitária.

De fato, em seu art. 6º, inciso IX, preceitua aquele diploma legal: “*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*”.

Perceba-se o comando categórico determinado pelo legislador: “*será*”!

Não se trata, pois, de uma opção ou mesmo de um apego pretensioso a aspectos subalternos.



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

Não, de fato não!

É a lei que exige, para o caso específico em apreço, a adoção de critério formais que, por isso, ficam tornados essenciais ao processo decisório.

Isso não significa, entretanto, sacrifício ao bom senso.

No caso em comento, de fato a peça apresentada pela recorrente exige margens díspares dos 2 cm exigidos, mas visivelmente isso ocorre por erro de impressão; tanto assim é que aquilo que sobeja em uma margem corresponde exatamente ao que falta na outra.

Não houve, pois, intenção evidente de descumprimento à regra editalícia, com programação para margens distintas das fixadas, mas funesto evento no momento físico da impressão, algo que não merece mesmo peso na hora do julgamento.

Destarte, quanto a esse primeiro aspecto, creio ter havido excesso no julgamento, pelo que opino, quanto a ele em aparte a revisão pretendida.

Melhor sorte não socorre à recorrente no segundo caso impugnado e contra o que a empresa recorreu.

Uma vez mais, encontra a exigência do edital explícito respaldo legal, agora no inciso X do mesmo art. 6º daquela lei de 2010, antes citada.

Regulando a prerrogativa legal mencionada, o edital, em redação solar, fixou o limite admitido pela lei, fazendo-o em 10 (dez) peças, e esclareceu, com redação não menos clara e facilmente compreensível: *“apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a subalínea II.1 acima”*.

Ou seja, as peças componentes do kit, cuja apresentação como tal a recorrente confessa ter feito em seu próprio recurso, não podem ser computadas como uma só, conforme também explicitamente pretende no mesmo recurso, mas têm que ser somadas uma a uma.

Inexiste possibilidade de dúvida quanto a tal comando, por demais claro, e que foi colocado fisicamente no edital na mesma página que a regra à qual busca socorro a recorrente (página 55, subalíneas II.1 e II.4, sendo que esta última faz expressa remissão àquela primeira).

Resta, pois, impossível, não detectar um erro por parte da empresa recorrente, quando da elaboração de sua Ideia Criativa, ofendendo a prescrição singela e eloquentemente descrita.

Assim sendo, quanto ao segundo fundamento de desclassificação, entendo inevitável que se mantenha a decisão originária.

### 2 - Recurso da empresa Lume Comunicação Ltda.

A empresa Lume Comunicação Ltda., que foi classificada, recorreu contra idêntico julgamento proferido em favor de duas de suas concorrentes.



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

2.1 - Quanto à empresa Dezoito Comunicação Ltda., pretende ela que se revise a decisão pretérita, levando à desclassificação da mesma, alegando, em síntese:

- descumprimento do item 3.1, letra “F”, do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária com espaçamento cursivo diverso do exigido pelo edital, que deveria ser simples entre as linhas;
- divergência entre as propostas de execução da Ideia Criativa e a orçamentação respectiva, na medida em que planejou a criação de um VT de 30” e outro de 60”, mas cotou apenas as versões de 60”, o que violaria a exigência do item 3.5.1 do Anexo III do edital;
- descumprimento do item 3.6, II, do Anexo III, visto que não teriam sido arrolados no resumo geral itens constantes daquele mesmo inciso II;

Compulsando o que se expôs no recurso com o real teor do edital, é de se concluir que razão não assiste à recorrente.

Quanto ao seu primeiro ataque, o dispositivo editalício invocado é por demais explícito em determinar fosse adotado espaçamento simples “entre as linhas”; aliás, a própria recorrente, ao tecer seus comentários, o repete exaustivamente, como nem poderia ser diferente diante do texto posto no ato convocatório.

No entanto, ao se analisar o material apresentado pela empresa contra a qual se interpôs recurso, o que se percebe é fiel respeito ao que transpira desse comando, pois entre as linhas não há espaçamento diverso do simples; em verdade, o que há é a inserção de linha em branco entre parágrafos, o que, pelas regras da filologia e pela própria sistemática dos programas de informática não configura espaçamento.

De fato, o programa usual de computadores utiliza a expressão “espaçamento entre linhas” dentro do item referente à configuração de parágrafos, revelando a inevitável acepcão que se empresta a ela, quando se trata de orientações sobre o uso desse mesmo programa para a elaboração das peças para o certame.

Não se pode desconectar um fato do outro, ampliando o alcance do costumeiro e vezeiro de uma expressão para, com isso, ampliar em consequência os efeitos restritivos de participação e competitividade.

Qualquer restrição nessa seara há de ser clara e indubitavelmente posta, dentro do que é compreensível pela média dos homens, algo que não só decorre da filosofia do Estado Democrático de Direito, como transborda dos preceitos consagrados pela Constituição de 1988.

Também não tem razão a recorrente quando questiona a omissão da empresa contra a qual se insurge em cotar, em seu Plano de Comunicação Publicitária, o planejado VT de 30”.

Quando se lê tal documento, sem juízos intencionais de que espécie for, percebe-se inapelavelmente a ocorrência de erro na digitação respectiva.

Isso se revela, de forma indubitosa, pela simples circunstância de que a empresa alvejada ter relacionado a criação e produção de 1 (um) VT de 30” e 1 (um) VT de 60”, totalizando, pois,



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

2 (dois) VT's; no entanto, ao promover a cotação simulada, ela escreveu 2 (dois) VT's de 60", em óbvia falha redacional, sem ofensa nenhuma ao conjunto informativo.

Em momento algum na exposição da estratégia a ser observada, na campanha esboçada, a empresa mencionou que faria 2 (dois) VT's de 60", mas um total de 2 (dois) VT's, com duração diferente entre si (1 de 30" e 1 de 60", repito em insistência necessária ao caso).

Seria sobrepesar um erro meramente formal, de somenos importância - ou mesmo de importância nenhuma -, visto haver provas às carradas de que houve cotação do total de VT's imaginados.

Assim, uma vez mais, não se pode aceder à argumentação excludente manejada pela recorrente, pela desproporção entre o que de fato se deu com o alvo extremo pretendido.

Por fim, quanto à terceira e última objeção assacada contra a documentação técnica entregue pela empresa que se quer retirar do certame, o juízo final há de ser o mesmo dos dois itens anteriormente analisados também quanto a ela.

Não errou a recorrente em perceber a inexistência de alguns dados no reclamado resumo geral, conforme rol exibido no dispositivo editalício antes colocado em friso.

Ocorre que essa falta não tem o condão de levar à desclassificação que se quer ver como resultado final dessa fase recursal, e isso pela simples questão de não ter o edital acoimado tal situação como passível da decisão cerceadora.

Quando o edital quis ser castrador, ele foi até insistente em dizê-lo; nesse caso, isso incoorre.

Realmente, não há regra que determine, com ordem intransigente, a necessidade de planejamento de uma campanha que use mídia e não mídia na veiculação respectiva.

Por ser desejável essa amplitude, a falta de uma delas levaria, e como de fato levou no caso específico da empresa contra a qual se recorreu, a perda de pontos, com a consequente diminuição da nota técnica perante as concorrentes.

Mas a ausência de uma determinação taxativa de se esboçar uma campanha fazendo uso desses dois tipos de intervenção publicitária não pode, por mera interpretação, levar à desclassificação.

A falta de inclusão de instrumentos de não mídia na campanha planejada em teoria, para os fins de aferição da nota técnica, por inevitável implicou a ausência desses elementos no resumo geral; isso afetou a nota técnica, mas terminou aí, como de fato teria de terminar, a punição aplicável à empresa em tela.

2.2 - Quanto à empresa Inovate Propaganda Ltda., pretende a recorrente que seja ela desclassificada por ter, em sua proposta técnica, incorrido nos seguintes erros fatais:

- descumprimento do item 3.1, letra "f", do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária com espaçamento cursivo diverso do exigido pelo edital, que deveria ser simples entre as linhas;



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

- descumprimento do item 3.1, letra “e”, do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária com títulos centralizados, quando o texto deveria ser exibido no modo “justificado”;
- descumprimento do item 3.1, letra “d”, do Anexo III, qual seja, apresentação de Plano de Comunicação Publicitária com recuos, o que seria vedado pelo edital;
- apresentação de repertório de autoria dupla, o que implicaria falta da comprovação exigida pelo item 5.3, letra “b”, I, do Anexo III do edital, ou seja, de trabalhos realizados pela empresa participante;
- descumprimento do item 5.3, letra “b”, I, do Anexo III do edital, visto ter relacionado profissional que declarara formalmente não ter prestado serviço para a empresa que a indicou desde dezembro próximo passado.

No que diz respeito ao espaçamento entre linhas, repete a recorrente seu erro de interpretação dos ditames editalícios, como já se demonstrou no tópico anterior, referente ao recurso por ela interposto contra a empresa Dezoito Comunicação Ltda.; tratando-se exatamente de idêntica ocorrência já enfrentada, não se discorrerá aqui sobre o assunto, ficando a argumentação antes expendida invocada também para aqui, como se transcrito estivesse.

Quanto à centralização de títulos, uma vez mais empresta a recorrente caráter ampliativo ao real comando do edital.

Como ela mesma citou em sua peça de contrariedade, o edital exige que o texto seja apresentado no modo “justificado”; ora, título é parte autônoma, em termos redacionais, do texto, enunciando a este, mas sem se confundir em si com ele.

Em verdade, o edital não se refere, uma vez sequer, a título das partes componentes do Plano de Comunicação Publicitária, donde se concluir inevitavelmente que inexistente regra sobre a forma de sua exibição.

E se não existe regra sobre o assunto, também não existe a possibilidade de se punir, sob qualquer forma, em razão de os títulos serem grafados de tal ou qual maneira.

Sobre a questão dos alegados recuos, mais uma vez a resposta sobre esse aspecto decorre única e exclusivamente de como os programas informáticos nominam determinados acidentes gráficos.

No caso específico em apreço, chama-se de “recuos” a maneira de se exibir o texto integral do parágrafo afastado da margem, como se fosse uma margem maior, sem qualquer acréscimo visual de destaque do assunto; por sua vez, quando se utiliza os chamados “marcadores”, para frisar um rol qualquer, ocorre, além do aparecimento de um sinal gráfico especial, um conseqüente distanciamento aparente, exatamente para a inserção do dito marcador.

O edital não proibiu a utilização de marcadores e, ao não fazê-lo, resta impossível, agora, por meio de interpretação, entender que o mesmo implicaria a punição ou mesmo a extirpação de uma empresa do processo competitivo.

Como já se disse antes, para que seja legítima a imposição de alguma forma de penalização, aí incluindo a desclassificação, tem de haver explícito apontamento do fato respectivo.



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

Isso é corolário do sistema jurídico brasileiro, e vale para todas as instâncias, aí incluindo a administrativa, na qual se insere o julgamento licitatório.

A par do silêncio já aludido, volta-se a frisar que o regramento formal para o texto tem de guardar sinonímia com o instrumental pertinente, incluindo as denominações identificadoras mencionadas.

Afinal, se, em exceção à regra da necessidade de se abster de privilegiar o formalismo, para o caso da licitação de publicidade a lei admite algumas imposições, estas têm de ser claras, indúvidas e plenamente coerentes com os mesmos instrumentos que se utilizará para a elaboração das peças.

A Administração, ao estabelecer tais regras restritivas, tem de tomar o cuidado de perquirir o contexto em que cada palavra ou expressão utilizada se insere no meio operacional pertinente, para não permitir subjetivismos, algo vedado como princípio cernial pela Lei nº 8.666/1993.

Em Direito, as regras técnicas são colmatadas pela realidade prática a que se dirige, sendo que isso, no caso presente, refere-se exatamente à necessidade de guardar-se coerência entre as imposições formais adotadas e o aparelhamento universalmente utilizado para a elaboração do documento a que se destinam as mesmas regras.

Passando, agora, para os dois questionamentos de fundo feitos pela recorrente contra o material apresentado pela empresa Inovate Propaganda Ltda., é de se concluir que também aí melhor sorte não tem aquela em manusear os fatos e interpretações em busca do afastamento da referida competidora do certame.

O primeiro desses derradeiros questionamentos refere-se ao fato de que teria sido apresentado, como parte do repertório, peças que não teriam sido feitas pela própria empresa Inovate.

Pois bem, verificando a ficha técnica de cada uma das 15 (quinze) peças pertinentes, apostas no verso de cada uma delas, o que se afere é exatamente o contrário: de todas, consta no mínimo a pessoa de Rodrigo Hiram como responsável pela criação, profissional indicado pela empresa para compor o quadro que atuará no eventual contrato a ser celebrado pela Câmara.

Assim, são plenamente coesos em forma e mérito os dois acervos documentais, o que faz desvanecer a séria afirmativa da recorrente.

O edital não exige autoria exclusiva, mas meramente autoria, o que implica a aceitabilidade do trabalho coletivo, desde que efetivamente seja fruto de um esforço em duo; pelo apurado, é de se repetir, isso se revela como sendo o que verdadeiramente ocorreu.

Por fim, pretende a recorrente que a empresa Inovate Propaganda Ltda. teria operado no mínimo em erro, ao incluir no rol do plantel a ser alocado ao trabalho, em caso de vitória na licitação em comento, uma profissional que declarou, formalmente, não ter prestado qualquer serviço para a mesma empresa de dezembro de 2012 até março próximo passado.

Trata-se de equívoco essa leitura da recorrente!



## CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

O edital, espelhando com fidelidade a virtualmente consensual interpretação jurisprudencial moderna cabível à espécie, não exige que os componentes da equipe a ser disponibilizada para o trabalho já componha o quadro da empresa; nesse sentido, o tempo verbal utilizado fala por si só: “irão atender”, futuro.

Ou seja, a equipe deverá ser composta após a eventual vitória, pois do contrário seria impor ônus excessivo sobre o imponderável, já que apenas uma das competidores vencerá.

Ademais, a declaração alardeada nem revela que a dita profissional componha ou não o quadro de prestadores de serviço, ainda que temporários, para a empresa, mas apenas que nada realizou concretamente entre dezembro e março, o que é pouco sólido para embasar a pretensão da recorrente, ainda mais diante do que se pode de fato exigir quanto a plantel profissional.

Diante do exposto, sou por se dar provimento parcialmente ao recurso da empresa Fazenda Comunicação & Marketing Ltda., com o que se deve manter sua desclassificação; lado outro, opino pela improcedência total ao recurso interposto pela empresa Lume Comunicação Ltda.

Belo Horizonte, 19 de abril de 2013.

Guilherme Nunes de Avelar Neto  
Relator

*De acordo com o parecer, pelo que decido:*

*I - pela procedência apenas parcial do recurso da empresa Fazenda Comunicação e Marketing Ltda., mantendo-se, em consequência, sua **DESCCLASSIFICAÇÃO**;*

*II - pela improcedência total do recurso da empresa Lume Comunicação Ltda., mantendo-se, em consequência, a **CLASSIFICAÇÃO** das empresas Dezoito Comunicação Ltda. e Inovate Propaganda Ltda.*

*Encaminhe-se o processo ao Senhor Presidente da Câmara para decisão final.*

*Em 22 de abril de 2013.*

Márcia Ventura Machado  
Presidente da CPL