Rio Branco – AC, 26 de abril de 2024.

A
Assembleia Legislativa do Estado do Acre
Comissão Permanente de Licitação - CPL/ALEAC
A/C Sr. Roberto Bezerra de Souza
Presidente da CPL

Rio Branco - AC

Ref.: **CONCORRÊNCIA POR MELHOR TÉCNICA N°. 001/2023 – CPL/ALEAC**

RECURSO ADMINISTRATIVO

Prezados Senhores,

PWS Publicidade & Propaganda Ltda., pessoa jurídica já qualificada no decorrer deste processo licitatório (doc. anexo), neste ato representada por seu sócio, o Sr. **Rodrigo Severiano Pires,** brasileiro, solteiro, empresário do ramo da publicidade, portador da carteira de identidade RG n° 599.639 SSP/RO, inscrito no CPF sob o n° 949.072.502-15 (doc. anexo), residente e domiciliado residente e domiciliado na Rua Severina Maria de Sousa e Silva 221, Edifício Matisse apt. 504, bairro Jardim Manoel Julião, CEP 69.918-460 na cidade de Rio Branco - Acre, vem respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no que estabelece o inciso I, alíneas “a” e "b" do art. 109 da Lei 8.666/93 interpor tempestivamente **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face da decisão proferida por essa Comissão Permanente de Licitação, que desclassificou a licitante **Nine Serviços de Publicidade Ltda.**, pelo fato de não ter atingido a pontuação mínima de 75 pontos. Entretanto, a **desclassificação deve igualmente ser declarada pelo descumprimento de disposições do edital licitatório quanto aos subitens Ideia Criativa E Estratégia De Mídia E De Não Mídia,** em razão dos motivos que, no entender da recorrente justificam a Desclassificação da licitante, o que faz com base na fundamentação fática, legal e jurisprudencial adiante aduzidas, requerendo ao final o que segue:

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:35:12 -05'00'

I – DA TEMPESTIVIDADE E LEGITIMIDADE DO RECURSO

De acordo com o disposto no artigo 109, inciso I, alíneas “a” e "b" da lei 8.666/93, cabe a interposição de recursos contra julgamento de propostas, decisão que tenha classificado ou habilitado licitantes, no prazo de cinco dias úteis, a contar da sua publicação. Como se constata, a divulgação do resultado relativamente às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes ocorreu no último dia 19/04/2024, pelo que a interposição do presente recurso, nesta data, atende integralmente o prazo estabelecido na lei 8.666/93.

II – SÍNTESE DOS FATOS

Como é notoriamente sabido, as leis de licitação (Lei 12.232/2010 e 8.666/93) que regem o presente certame, impõe que as licitantes apresentem suas propostas técnica e de preço, assim como os documentos de habilitação, atendendo rigorosamente as disposições do edital.

Em relação às disposições editalícias, conforme abaixo reproduzidos, as licitantes deveriam apresentar no subquesito **Ideia Criativa** a relação de peças que lastreiam a campanha publicitária simulada, com base no briefing constante do edital, sendo que deveriam apresentar eventualmente **Duas Relações De Peças Criativas**:

a) Dez peças corporificadas
b) Peças, sem número limitado, de peças não corporificadas.

Na apresentação de cada uma das peças criativas (corporificadas ou não), o edital exige que essa apresentação apresente a descrição e especificação de cada uma das peças, sua finalidade e funções táticas, a teor do que dispõe o subitem 8.3.3.2 do edital.

Como se verá logo abaixo, a NINE desatende ostensivamente essa disposição do edital.

Não é só. O edital também determina que na Estratégia de Mídia e de Não Mídia, esta deve conter, **obrigatoriamente, todas as peças relacionadas na ideia criativa, sejam as corporificadas, sejam as não corporificadas,** atendendo e se restringindo às peças indicadas, seu número (quantidade), seus preços e suas finalidades.

Também aqui a NINE descumpriu integralmente essas disposições editalícias, como se passa a expor em seguida.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:35:32 -05'00'

III – DAS RAZÕES DO RECURSO

Senhor Presidente, em análise ao Plano de Comunicação Publicitária, apresentado pela licitante **Nine Serviços De Publicidade Ltda,** verificou-se que a concorrente ao apresentar o conteúdo de sua Ideia Criativa, abordou uma relação contendo 10 (dez) peças que foram corporificadas, a saber:

1. **Carrossel Instagram;**
2. **Banner animado site;**
3. **Reels influenciador;**
4. **Websérie Youtube;**
5. **Aplicativo Aleac Itinerante;**
6. **Outdoor;**
7. **Spot de rádio 60";**
8. **Flyer A5;**
9. **Jornal página Inteira;**
10. **Filme TV 15".**

A seguir, print das peças acima que foram apresentadas:

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215 Dados: 2024.04.26 13:35:49 -05'00'

BANNER ANIMADO SITE

REELS INFLUENCER

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:36:05 -05'00'

WEBSÉRIE YOUTUBE - ROTEIRO 60" 1/3

1/11

CENA 1: COMEÇA COM UMA CARTELA COM O SELO "ALEAC ITINERANTE - SUA VOZ MOVIMENTA O FUTURO".

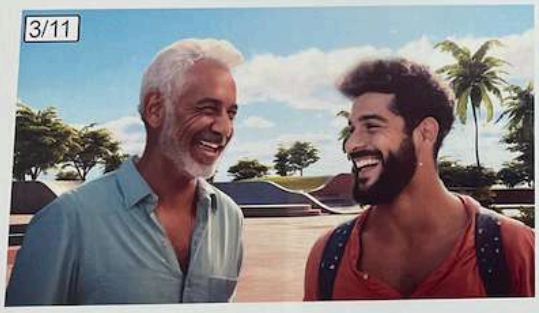
2/11

CENA 2: INFLUENCER QUE APRESENTA A WEBSÉRIE ESTÁ ACOMPANHADO DE UM LÍDER COMUNITÁRIO. COMEÇA A FALAR EM FRENTE A UM PONTO TURÍSTICO EM RIO BRANCO.

INFLUENCER: FALA, GALERA! TÔ AQUI COM O MANO [NOME DO LÍDER], E HOJE VAMOS DAR UM ROLÊZINHO POR RIO BRANCO ENQUANTO FALAMOS DE UM BAGULHO MUITO IMPORTANTE: AUDIÊNCIAS PÚBLICAS!

LÍDER COMUNITÁRIO: É ISSO AÍ, MEU POVO! BORA MOSTRAR COMO ESSAS PARADAS AFETAM A NOSSA VIDA AQUI NO ACRE.

3/11



CENA 3: CORTA PARA IMAGENS DO DIA A DIA DE COMUNIDADES PERIFÉRICAS DE RIO BRANCO. EM SEGUIDA, OS DOIS ESTÃO EM UMA PISTA DE SKATE.

INFLUENCER: E COMEÇAMOS AQUI, [NOME DO LÍDER], NESSE POINT DA CIDADE! MAS PENSA COMIGO, MEU BROTHER, AS DECISÕES QUE IMPACTAM NOSSA COMUNIDADE NEM SEMPRE SÃO CONHECIDAS, NÉ?

LÍDER COMUNITÁRIO: COM CERTEZA, [NOME DO INFLUENCER]! AUDIÊNCIAS PÚBLICAS SÃO O CAMINHO PRA ISSO. É LÁ QUE A GENTE DEBATE O QUE REALMENTE IMPORTA PRO DIA A DIA DA GALERA.

4/11

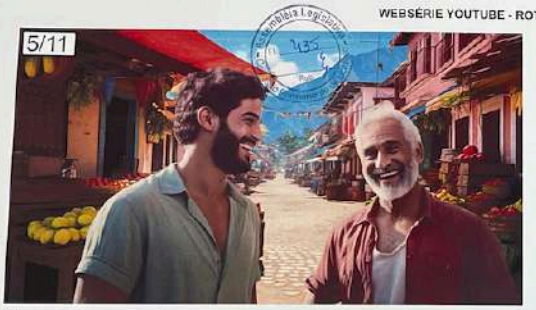
CENA 4: ELES COMEÇAM A CAMINHAR.

INFLUENCER: AGORA, [NOME DO LÍDER], BORA PRO PRÓXIMO POINT ENQUANTO TROCAMOS UMA IDEIA SOBRE ESSA PARADA.

LÍDER COMUNITÁRIO: BORA, MEU CHAPA!

WEBSÉRIE YOUTUBE - ROTEIRO 60" 2/3

5/11



CENA 5: AGORA ELES ESTÃO EM UMA FEIRA.

LÍDER COMUNITÁRIO: É SACA SÓ, ASSIM COMO A GENTE, AS AUDIÊNCIAS NÃO FICAM PARADAS. A ALEAC TÁ RODANDO O ACRE INTEIRO PRA OUVIR O QUE CADA PEDAÇO DESSE ESTADO TEM A DIZER.

INFLUENCER: É ISSO MESMO, [NOME DO LÍDER]! CADA CANTO TEM SUA VIBE, SUAS PARADAS ÚNICAS. E AS DECISÕES PRECISAM LEVAR TUDO ISSO EM CONTA.

6/11

CENA 6: VEMOS CENAS DO DIA A DIA DOS FEIRANTES, TAKES QUE MOSTRAM O INFLUENCIADOR E O LÍDER COMUNITÁRIO INTERAGINDO COM ESSES TRABALHADORES, EXPERIMENTANDO ALIMENTOS E CONVERSANDO ENTRE SI COM ÁUDIO EM OFF. CORTA.

7/11

CENA 7: AGORA A DUPLA ESTÁ NO TEATRO PLÁCIDO DE CASTRO.

INFLUENCER: E CHEGAMOS AQUI, [NOME DO LÍDER COMUNITÁRIO], NUM LUGAR QUE REPRESENTA NOSSA CULTURA. E É ESSA CULTURA QUE A GENTE QUER VER RESPEITADA NAS AUDIÊNCIAS.

LÍDER COMUNITÁRIO: TOTAL! A ALEAC TÁ BOTANDO PRA QUEBRAR, TRAZENDO A VOZ DO POVO PRA DENTRO DAS DISCUSSÕES.

8/11

CENA 8: ELES CAMINHAM ATÉ UM ÚLTIMO PONTO TURÍSTICO, O CALÇADÃO DA GAMELEIRA.

INFLUENCER: E PRA FECHAR COM CHAVE DE OURO, [NOME DO INFLUENCER], ESSE LUGAR É ICÔNICO.

LÍDER COMUNITÁRIO: COM CERTEZA! ASSIM COMO ESSES PONTOS TURÍSTICOS SÃO ESSENCIAIS PRA NOSSA IDENTIDADE, AS AUDIÊNCIAS SÃO FUNDAMENTAIS PRA CONSTRUIR UM ACRE QUE A GENTE AMA.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

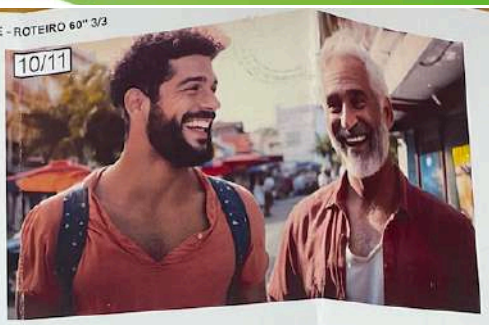
Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:36:23 -05'00'

WEBSÉRIE YOUTUBE - ROTEIRO 60" 3/3

9/11

CENA 9: E É ISSO, GALERA! ESPERO QUE TENHAM CURTIDO ESSE PASSEIO E ENTENDIDO UM POUCO DA IMPORTÂNCIA DAS AUDIÊNCIAS PÚBLICAS. E OLHA SÓ, NO PRÓXIMO EPISÓDIO, VOU BATER UM PAPO COM MAIS UMA PESSOA INCRÍVEL, GENTE DA NOSSA COMUNIDADE PRA FALAR DE UM BENEFÍCIO INCRÍVEL QUE AS AUDIÊNCIAS TRAZEM PRA GALERA.

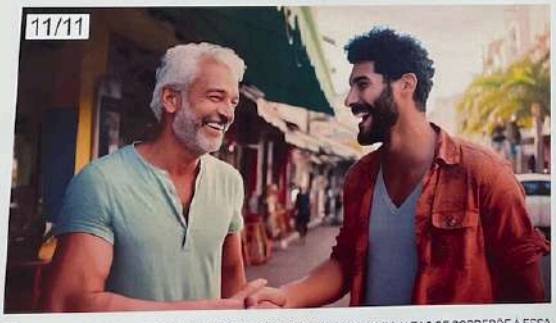
10/11



CENA 10:
LÍDER COMUNITÁRIO: ISSO MESMO, PESSOAL! NÃO ESQUEÇA DE SE INSCREVER NO CANAL, ATIVAR O SININHO E PARTICIPAR. A ALEAC TÁ AÍ PRA TODO MUNDO. E FAZ COMO EU: BAIXA O APP ALEAC ITINERANTE PRA NÃO PERDER NENHUM DETALHE DESSA INICIATIVA MANEIRA.

LÍDER COMUNITÁRIO: INFLUENCER, ENTÃO É ISSO, FAMÍLIA! TAMO JUNTO, E NOS VEMOS NO PRÓXIMO EPISÓDIO.

11/11



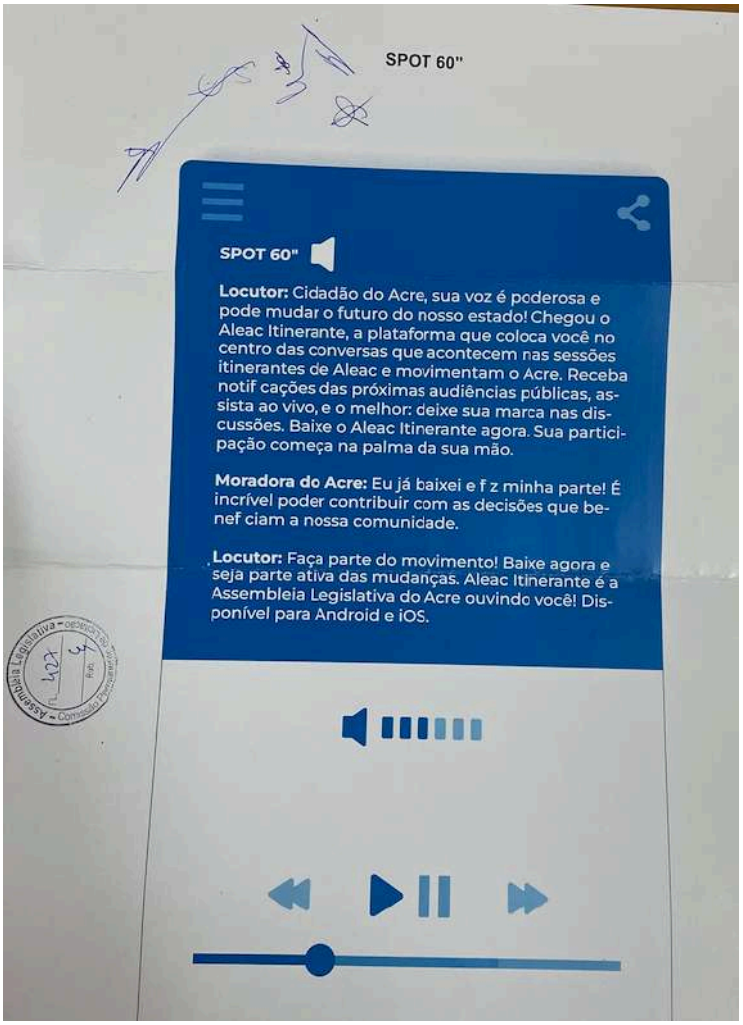
CENA 11: OS DOIS SE DESPEDEM, O SOL ESTÁ SE PONDO. A MARCA DA ALEAC SE SOBREPÕE A ESSA CENA COMO ASSINATURA.

APLICATIVO

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:36:38 -05'00'

OUTDOOR



SPOT 60"

SPOT 60"

Locutor: Cidadão do Acre, sua voz é poderosa e pode mudar o futuro do nosso estado! Chegou o Aleac Itinerante, a plataforma que coloca você no centro das conversas que acontecem nas sessões itinerantes de Aleac e movimentam o Acre. Receba notif cações das próximas audiências públicas, assista ao vivo, e o melhor: deixe sua marca nas discussões. Baixe o Aleac Itinerante agora. Sua participação começa na palma da sua mão.

Moradora do Acre: Eu já baixei e f z minha parte! É incrível poder contribuir com as decisões que benef ciam a nossa comunicade.

Locutor: Faça parte do movimento! Baixe agora e seja parte ativa das mudanças. Aleac Itinerante é a Assembleia Legislativa do Acre ouvindo você! Disponível para Android e iOS.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:37:05 -05'00'

FLYER A5 FRENTE E VERSO

JORNAL PÁGINA INTEIRA

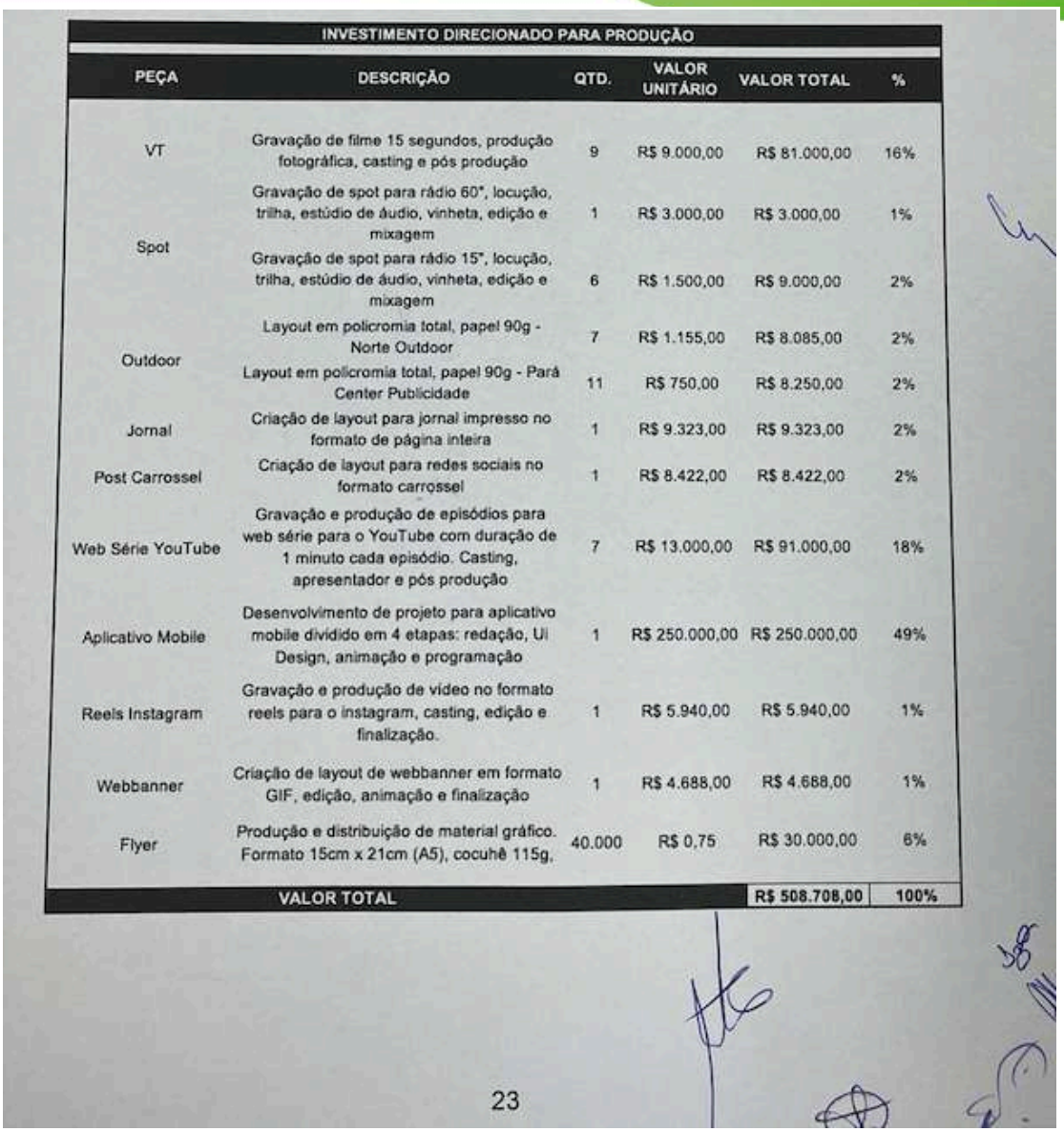
RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:37:28 -05'00'

Prosseguindo a análise, nota-se que a licitante ao apresentar o quadro resumo **Investimento Direcionado Para Produção**, folhas 23 do Plano de Comunicação, apresenta quantidade e tipos de peças diferentes do que foram apresentadas fisicamente, entretanto, comente grave falha quando na apresentação da sua **Ideia Criativa,** deixa de relacionar a previsão de tais peças excendentes, com a descrição e especificação de cada uma, sua finalidade e funções táticas, deixando de cumprir o que determina o **subitem 8.3.3.2** do edital *(print abaixo):*

11.3.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
a) Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
b) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 8.3.3.3 deste Edital.
8.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
8.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 8.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos (corporificadas) e outro para o restante (não corporificadas).

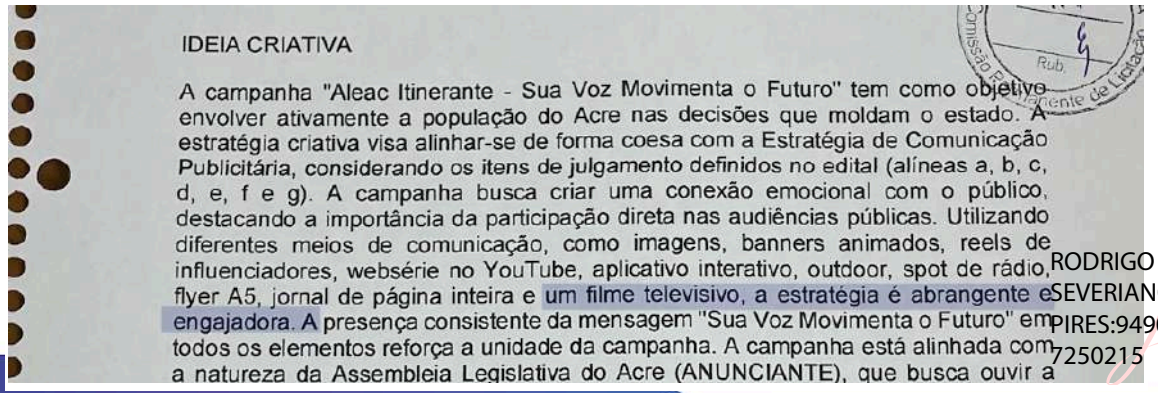
RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:37:50 -05'00'



INVESTIMENTO DIRECIONADO PARA PRODUÇÃO					
PEÇA	DESCRIÇÃO	QTD.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	%
VT	Gravação de filme 15 segundos, produção fotográfica, casting e pós produção	9	R$ 9.000,00	R$ 81.000,00	16%
Spot	Gravação de spot para rádio 60", locução, trilha, estúdio de áudio, vinheta, edição e mixagem	1	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	1%
	Gravação de spot para rádio 15", locução, trilha, estúdio de áudio, vinheta, edição e mixagem	6	R$ 1.500,00	R$ 9.000,00	2%
Outdoor	Layout em policromia total, papel 90g - Norte Outdoor	7	R$ 1.155,00	R$ 8.085,00	2%
	Layout em policromia total, papel 90g - Pará Center Publicidade	11	R$ 750,00	R$ 8.250,00	2%
Jornal	Criação de layout para jornal impresso no formato de página inteira	1	R$ 9.323,00	R$ 9.323,00	2%
Post Carrossel	Criação de layout para redes sociais no formato carrossel	1	R$ 8.422,00	R$ 8.422,00	2%
Web Série YouTube	Gravação e produção de episódios para web série para o YouTube com duração de 1 minuto cada episódio. Casting, apresentador e pós produção	7	R$ 13.000,00	R$ 91.000,00	18%
Aplicativo Mobile	Desenvolvimento de projeto para aplicativo mobile dividido em 4 etapas: redação, Ui Design, animação e programação	1	R$ 250.000,00	R$ 250.000,00	49%
Reels Instagram	Gravação e produção de vídeo no formato reels para o instagram, casting, edição e finalização.	1	R$ 5.940,00	R$ 5.940,00	1%
Webbanner	Criação de layout de webbanner em formato GIF, edição, animação e finalização	1	R$ 4.688,00	R$ 4.688,00	1%
Flyer	Produção e distribuição de material gráfico. Formato 15cm x 21cm (A5), cocuhê 115g,	40.000	R$ 0,75	R$ 30.000,00	6%
VALOR TOTAL				R$ 508.708,00	100%

23

A exemplo disso, verifica-se o **spot para rádio com duração de 15",** não relacionado na Ideia Criativa. Ademais, peças em quantidade superior ao descrito como o **filme VT 15"** orçado em quantidade de **09 (nove)** sendo que, a licitante defende que utilizará **apenas de 01 (um) filme televisivo** para alcançar seus objetivos de comunicação, conforme escrito pela própria:



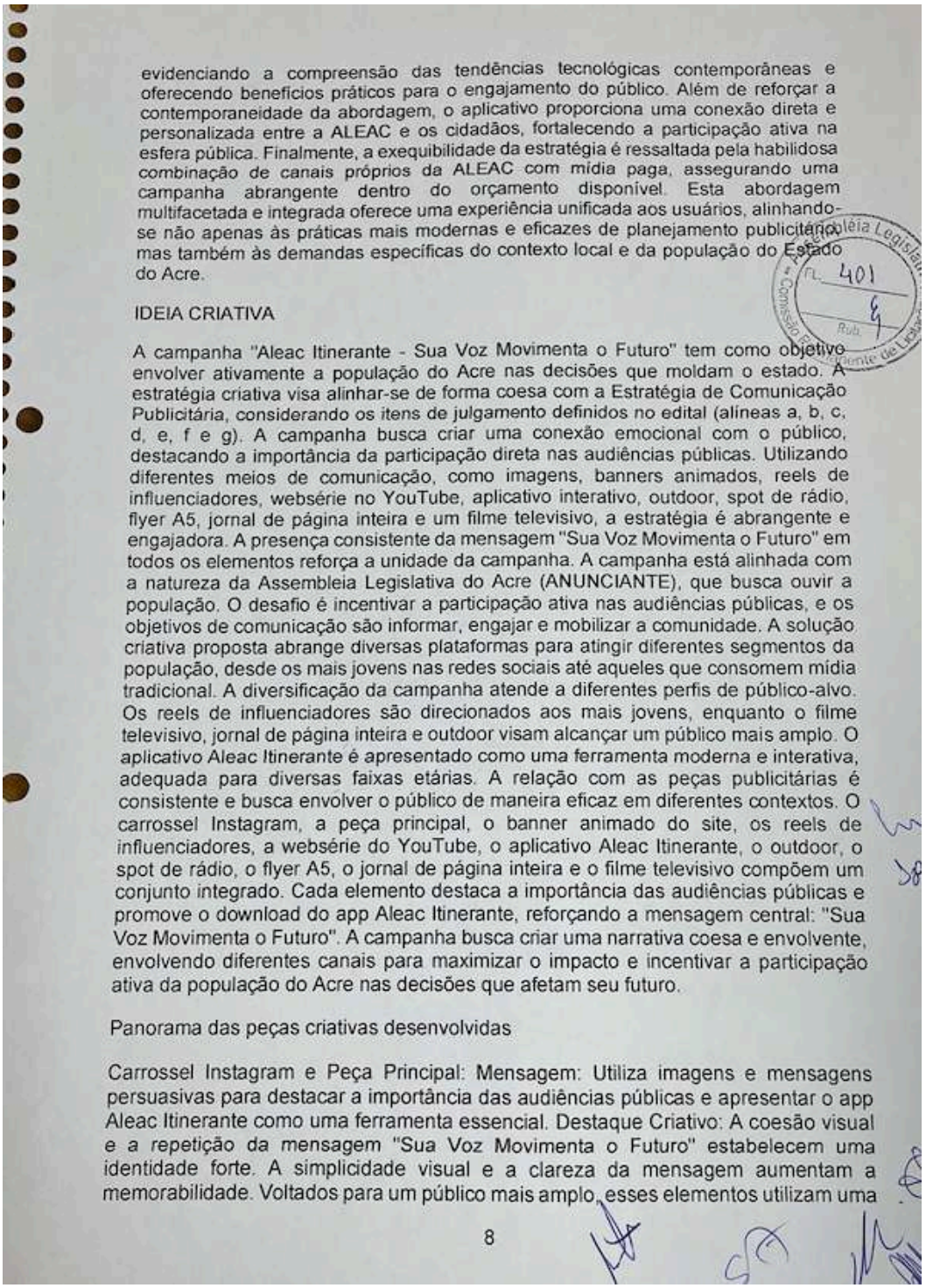
IDEIA CRIATIVA

A campanha "Aleac Itinerante - Sua Voz Movimenta o Futuro" tem como objetivo envolver ativamente a população do Acre nas decisões que moldam o estado. A estratégia criativa visa alinhar-se de forma coesa com a Estratégia de Comunicação Publicitária, considerando os itens de julgamento definidos no edital (alíneas a, b, c, d, e, f e g). A campanha busca criar uma conexão emocional com o público, destacando a importância da participação direta nas audiências públicas. Utilizando diferentes meios de comunicação, como imagens, banners animados, reels de influenciadores, websérie no YouTube, aplicativo interativo, outdoor, spot de rádio, flyer A5, jornal de página inteira e um filme televisivo, a estratégia é abrangente e engajadora. A presença consistente da mensagem "Sua Voz Movimenta o Futuro" em todos os elementos reforça a unidade da campanha. A campanha está alinhada com a natureza da Assembleia Legislativa do Acre (ANUNCIANTE), que busca ouvir a

Rub.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215 Dados: 2024.04.26 13:38:12 -05'00'



evidenciando a compreensão das tendências tecnológicas contemporâneas e oferecendo benefícios práticos para o engajamento do público. Além de reforçar a contemporaneidade da abordagem, o aplicativo proporciona uma conexão direta e personalizada entre a ALEAC e os cidadãos, fortalecendo a participação ativa na esfera pública. Finalmente, a exequibilidade da estratégia é ressaltada pela habilidosa combinação de canais próprios da ALEAC com mídia paga, assegurando uma campanha abrangente dentro do orçamento disponível. Esta abordagem multifacetada e integrada oferece uma experiência unificada aos usuários, alinhando-se não apenas às práticas mais modernas e eficazes de planejamento publicitário, mas também às demandas específicas do contexto local e da população do Estado do Acre.

IDEIA CRIATIVA

A campanha "Aleac Itinerante - Sua Voz Movimenta o Futuro" tem como objetivo envolver ativamente a população do Acre nas decisões que moldam o estado. A estratégia criativa visa alinhar-se de forma coesa com a Estratégia de Comunicação Publicitária, considerando os itens de julgamento definidos no edital (alíneas a, b, c, d, e, f e g). A campanha busca criar uma conexão emocional com o público, destacando a importância da participação direta nas audiências públicas. Utilizando diferentes meios de comunicação, como imagens, banners animados, reels de influenciadores, websérie no YouTube, aplicativo interativo, outdoor, spot de rádio, flyer A5, jornal de página inteira e um filme televisivo, a estratégia é abrangente e engajadora. A presença consistente da mensagem "Sua Voz Movimenta o Futuro" em todos os elementos reforça a unidade da campanha. A campanha está alinhada com a natureza da Assembleia Legislativa do Acre (ANUNCIANTE), que busca ouvir a população. O desafio é incentivar a participação ativa nas audiências públicas, e os objetivos de comunicação são informar, engajar e mobilizar a comunidade. A solução criativa proposta abrange diversas plataformas para atingir diferentes segmentos da população, desde os mais jovens nas redes sociais até aqueles que consomem mídia tradicional. A diversificação da campanha atende a diferentes perfis de público-alvo. Os reels de influenciadores são direcionados aos mais jovens, enquanto o filme televisivo, jornal de página inteira e outdoor visam alcançar um público mais amplo. O aplicativo Aleac Itinerante é apresentado como uma ferramenta moderna e interativa, adequada para diversas faixas etárias. A relação com as peças publicitárias é consistente e busca envolver o público de maneira eficaz em diferentes contextos. O carrossel Instagram, a peça principal, o banner animado do site, os reels de influenciadores, a websérie do YouTube, o aplicativo Aleac Itinerante, o outdoor, o spot de rádio, o flyer A5, o jornal de página inteira e o filme televisivo compõem um conjunto integrado. Cada elemento destaca a importância das audiências públicas e promove o download do app Aleac Itinerante, reforçando a mensagem central: "Sua Voz Movimenta o Futuro". A campanha busca criar uma narrativa coesa e envolvente, envolvendo diferentes canais para maximizar o impacto e incentivar a participação ativa da população do Acre nas decisões que afetam seu futuro.

Panorama das peças criativas desenvolvidas

Carrossel Instagram e Peça Principal: Mensagem: Utiliza imagens e mensagens persuasivas para destacar a importância das audiências públicas e apresentar o app Aleac Itinerante como uma ferramenta essencial. Destaque Criativo: A coesão visual e a repetição da mensagem "Sua Voz Movimenta o Futuro" estabelecem uma identidade forte. A simplicidade visual e a clareza da mensagem aumentam a memorabilidade. Voltados para um público mais amplo, esses elementos utilizam uma

8

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:38:34 -05'00'

linguagem visual impactante e mensagens concisas. As imagens e textos persuasivos buscam engajar pessoas de diferentes faixas etárias e níveis de instrução, incentivando a participação nas audiências públicas.

Banner Animado Site: Mensagem: Foca na interatividade e destaca a importância da voz de cada cidadão para o avanço da sociedade acreana. Destaque Criativo: O uso de animações e interações no banner torna a mensagem mais dinâmica. A ênfase na participação ativa e no progresso reforça o conceito central. Destinado ao ambiente online, esse banner adota uma linguagem interativa e moderna. Projetado para atrair a atenção de um público mais jovem, utiliza elementos dinâmicos para transmitir a importância da participação ativa. A linguagem visual e interativa visa cativar uma audiência familiarizada com a cultura digital.

Reels Influenciador: Mensagem: Utiliza linguagem descontraída para destacar a participação direta da população nas decisões que impactam o Acre. Destaque Criativo: A abordagem autêntica do influenciador, combinada com elementos visuais cativantes, cria uma conexão emocional. A descontração contrasta com a seriedade do tema, tornando-o acessível. A linguagem é informal e próxima do cotidiano, direcionada principalmente a um público jovem e conectado nas redes sociais. O uso de gírias e expressões coloquiais visa criar identificação, destacando a facilidade de participação nas audiências públicas por meio do app Aleac Itinerante.

Websérie YouTube: Mensagem: Explora a importância das audiências públicas em diferentes pontos turísticos, envolvendo um líder comunitário e um influenciador, tornando o tema acessível e relevante. Destaque Criativo: A abordagem episódica, a presença de figuras locais e a ambientação em pontos turísticos reais criam uma narrativa envolvente. A linguagem visual típica da internet se alinha à audiência mais jovem. A linguagem geral é adaptada para uma narrativa mais extensa, destrinchando o tema da campanha, explorando pontos turísticos e a importância das audiências públicas. Projetada para atrair um público acostumado com a internet, o formato de websérie combina elementos informativos e entretenimento, sendo acessível a todas as idades e tendo potencial de extravasar o público que se pretende alcançar inicialmente devido à sua capacidade de popularização.

Aplicativo Aleac Itinerante: Mensagem: Desenvolvido para fornecer informações sobre audiências, permitir transmissões ao vivo, receber sugestões de pautas e promover a participação ativa. Destaque Criativo: A inovação no uso de uma ferramenta desse tipo, o design intuitivo e a representação animada do mapa do Acre no aplicativo incentivam a exploração. A interatividade reforça a ideia de envolvimento direto na tomada de decisões. A linguagem do aplicativo é intuitiva e informativa, adequada para diversas faixas etárias. Elementos visuais interativos, como o mapa animado, tornam a experiência envolvente, enquanto as instruções são claras para garantir a usabilidade. Busca atrair usuários de diferentes idades e níveis de familiaridade com a tecnologia. Outdoor: Mensagem: Reforça a mensagem central da campanha, incentivando as pessoas a baixarem o app Aleac Itinerante. Destaque Criativo: A combinação de uma imagem de uma audiência pública ao fundo e um cidadão comum com celular na mão cria um contraste visual eficaz. O QR Code facilita o acesso imediato ao aplicativo. Utiliza uma linguagem visual impactante para atingir um público amplo que circula nas áreas urbanas. A mensagem direta, associada à imagem de uma audiência pública, visa despertar interesse e incentivar o download do app. É adaptado para uma audiência diversificada, incluindo aqueles menos familiarizados com a mídia digital.

Spot de Rádio: Mensagem: Destaca a participação ativa da população, convidando os cidadãos a baixarem o aplicativo e fazerem parte das mudanças. Destaque Criativo: O uso de uma moradora do Acre real no depoimento adiciona autenticidade. A trilha sonora leve e a chamada à ação incentivam a resposta imediata. O spot de rádio

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:38:56 -05'00'

Assembleia Legislativa
Fl. 403

utiliza uma linguagem auditiva envolvente, destacando a participação ativa da população. A inserção de um depoimento real busca autenticidade, sendo direcionado a ouvintes de rádio de diversas faixas etárias. A trilha sonora leve e a chamada à ação são adaptadas para cativar um público variado.

Flyer A5: Mensagem: Informa sobre as sessões itinerantes da Assembleia Legislativa e incentiva o download do app Aleac Itinerante. Destaque Criativo: A abordagem informativa é equilibrada com elementos visuais atraentes. O verso incentiva ainda mais a participação no aplicativo. A linguagem é informativa e visual, projetada para atrair a atenção de pessoas que preferem informações tangíveis. A abordagem é adaptada para um público diversificado, proporcionando um contexto sobre as sessões itinerantes e incentivando o download do app.

Jornal Página Inteira: Mensagem: Apresenta a campanha de forma abrangente, destacando a importância da participação nas audiências públicas. Destaque Criativo: A inclusão de um QR Code para download imediato conecta a mídia impressa ao mundo digital. O design de página inteira permite uma apresentação visual impactante. Adota uma linguagem mais formal e informativa, adequada para leitores de diferentes idades. O QR Code facilita o acesso instantâneo ao app para aqueles mais familiarizados com a tecnologia. A apresentação visual impactante visa envolver leitores de diversas faixas etárias. Esta página também será executada em uma versão reduzida, em meia página, que focará em um visual e texto sucintos com o objetivo direto de induzir o público a fazer download do aplicativo.

Filme TV 15": Mensagem: Utiliza uma líder comunitária real para mostrar a efetividade da participação ativa na comunidade, incentivando o download do app Aleac Itinerante. Destaque Criativo: A inclusão de uma líder comunitária real aumenta a autenticidade. O QR Code permanente reforça a chamada à ação constante em toda a campanha. Se vale de uma narrativa visual ágil para transmitir a mensagem, com uma líder comunitária real. Adaptado para telespectadores de diversas idades, o filme destaca a eficácia da participação ativa, incentivando o download do app Aleac Itinerante. O QR Code persistente proporciona uma transição suave para a ação. A campanha, portanto, demonstra originalidade ao adaptar-se de maneira única a cada meio escolhido, contribuindo para uma experiência publicitária envolvente e impactante. Vale ressaltar ainda que o uso do aplicativo Aleac Itinerante como integrante desta ideia criativa representa uma inovação significativa ao proporcionar uma plataforma interativa e centralizada para a participação ativa da população. A criação de um aplicativo dedicado é uma abordagem contemporânea e eficaz para envolver os cidadãos, destacando-se como uma solução moderna para um desafio democrático. A inovação reside na capacidade do aplicativo de reunir informações sobre audiências públicas, transmiti-las ao vivo, permitir que os usuários sugiram pautas e oferecer uma maneira conveniente de participar ativamente do processo de decisão. O aplicativo não apenas simplifica o acesso às audiências públicas, mas também empodera os cidadãos, fornecendo uma ferramenta diretamente conectada às instâncias de decisão. Essa abordagem inovadora demonstra a adaptação da ideia criativa aos meios tecnológicos contemporâneos, tornando a participação democrática mais acessível e convidativa. A ideia criativa apresentada, portanto, busca criar uma narrativa coesa e envolvente, envolvendo diferentes canais para maximizar o impacto e incentivar a participação ativa da população do Acre nas decisões que afetam seu futuro. A consistência na mensagem, combinada com a adaptação criativa a cada meio, reforça a unidade e a eficácia da campanha, levando em conta economicidade e exequibilidade: é uma proposta totalmente possível de ser executada, considerando a verba referencial de produção e fazendo uso eficiente dos recursos orçamentários disponíveis.

10

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:39:17 -05'00'

É importante destacar que a Ideia Criativa é composta pela apresentação de todas as peças que a licitante julgar necessárias e devem ser relacionadas com sua descrição clara, tipo e formato, sendo permitido até 10 (dez), independetemente do meio de comunicação, sua ilustração. Inclusive as peças corporificadas devem ter a indicação de qual peça se trata da relação, para facilitar o julgamento e a análise da Subcomissão Técnica. Com base no próprio edital, como se vê nos trechos acima transcritos, a Licitante deveria então, ter elaborado **02 (dois) blocos para apresentação, explicação e defesa tática de cada peça,** visto que chegou a incluir na Estratégia de Mídia e Não Mídia quantidade e outros tipos superiores às apresentadas na Ideia Criativa.

Dessa forma, constata-se o evidente, ostensivo e indevido descumprimento do edital pela licitante NINE, seja quanto à **Ideia Criativa**, seja quanto à **Estratégia De Mídia E De Não Mídia,** desatendendo principios básicos nas licitações públicas, que são os da **isonomia** e da **vinculação às disposições do edital.**

Com efeito.

A Administração consagra no edital todas as exigências e todos os critérios de sua atuação futura. A Comissão de Licitação está obrigada a aplicar o edital sem se valer de juízos subjetivos.

É evidente a preocupação da Lei 8.666/93 em eliminar as margens de subjetividade de atuação decisória da Comissão de Licitação.

O art. 3º determina que a licitação será julgada em estrita conformidade com os princípios básicos *"... da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos".*

O art. 40 dispõe sobre o edital e estabelece que deverá disciplinar *"condições para participação na licitação, em conformidade com os arts. 27 a 31 desta Lei e forma de apresentação das propostas" (inciso VI) e "critério para julgamento, com disposições claras e parâmetros objetivos" (inc. VII).*

O art. 41 fixa que "*A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada".*

Da conjugação desses dispositivos extrai-se o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, que constitui verdadeira síntese de valores aos quais se submete a Administração Pública no Direito brasileiro. Reflete a submissão da ação administrativa à Constituição e à Lei. Também exterioriza a novação de que a Administração deve observância às regras por ela estabelecidas anteriormente, propiciando segurança aos particulares. Ademais, assegura a objetividade, a imparcialidade e a isonomia entre os licitantes.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:39:37 -05'00'

A exigência de respeito às regras editalícias permite aos particulares (licitantes ou não) o prévio conhecimento da atuação que será adotada pela Administração (dando publicidade a essas regras específicas para aquela contratação). Isso confere segurança àqueles que pretendem contratar com o Poder Público.

A Posição da doutrina

Segundo **HELY LOPES MEIRELLES,** *"a vinculação ao edital significa que a Administração e os licitantes ficam sempre adstritos aos termos do pedido ou do permitido no instrumento convocatório da licitação, quer quanto ao procedimento, quer quanto à documentação, às propostas, ao julgamento e ao contrato. (...) Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital o modo e forma de participação dos licitantes, bem como as condições para a elaboração das ofertas e, no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento ou no contrato, se afastasse do estabelecido e admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes quanto a administração que o expediu. É impositivo para ambas as partes e para todos os interessados na licitação (art. 41). (* Licitação e contrato Administrativo, 14ª. ed. Atualizada por Eurico de Andrade Azevedo e Vera Monteiro, Malheiros, 2002, pgs. 39/40).

CARLOS ARI SUNDFELD, por sua vez, ensina que "*A vinculação ao instrumento convocatório cumpre triplo objetivo. De um lado, aferra a Administração ao Direito, na medida em que a sujeita ao respeito de seus próprios atos. De outro, impede a criação de etapas ad hoc ou a eleição, depois de iniciado o procedimento, de critérios de avaliação ou julgamento destinados a privilegiar licitantes. Por fim, evita surpresas para estes, que podem formular suas propostas com inteira ciência do que deles pretende o licitador. Após o início da licitação, a única surpresa para os licitantes deve ser quanto ao conteúdo das propostas de seus concorrentes" (*Licitação e Contrato Administrativo. 2ª. ed. São Paulo: Malheiros, 1995, p. 21).

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:39:57 -05'00'

Por isso, todos os atos da Administração praticados no curso do certame estão estritamente vinculados às regras contidas no edital. Não se admite que a Administração ignore tal disciplina ou que pretenda alterá-la, introduzindo inovações nas condições originais.

A Jurisprudência (STJ e TCU)

Não é diverso o entendimento adotado pela jurisprudência, Há muito os Tribunais reconhecem a plena incidência do princípio da vinculação ao instrumento convocatório na atuação da Administração Pública em procedimentos licitatórios.

Nesse sentido, o STJ entende que: *"O edital é elemento fundamental do procedimento licitatório. Ele é que fixa as condições de realização da licitação, determina o seu objeto, discrimina as garantias e os deferes de ambas as partes, regulando todo o certame público" (ROMS 10.847/MA, 2ª. Turma, Rel. Min. Laurita Vaz, pub. DJU 18.2.2002).*

A jurisprudência do STJ é pacífica nesse sentido:

- *"O princípio da vinculação ao edital restringe o próprio ato administrativo às regras editalícias, impondo a inabilitação da empresa que descumpriu as exigências estabelecidas no ato convocatório. 6. Recurso Especial provido" (2ª. Turma,. REsp 595.079/RS, Rel. Ministro Herman Benjamin, julgado em 22.09.2009, DJe 15.12.2009);*

- ***"ADMINISTRATIVO LICITAÇÃO. DESCUMPRIMENTO DE REGRA PREVISTA NO EDITAL LICITATÓRIO. ART. 41, CAPUT, DA LEI N. 8.666/93. VIOLAÇÃO. DEVER DE OBSERVÂNCIA DO EDITAL**. (...) II – O art. 41 da lei 8.666/93 determina que: "A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada." III – Supondo que na lei não existam palavras inúteis ou destituídas de significação deontológica, verifica-se que o legislador impôs, com apoio no Princípio da Legalidade, a interpretação restritiva do preceito, de modo a resguardar a atuação do Administrador Público, posto que este atua como gestor da res publica.*

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:40:18 -05'00'

Outra não seria a necessidade do vocábulo "estritamente" no aludido preceito infraconstitucional. IV – "Ao submeter a Administração ao princípio da vinculação ao ato convocatório, a Lei n. 8.666/93 impõe o dever de exaustão da discricionariedade por ocasião de sua elaboração. Não teria cabimento determinar a estrita vinculação ao edital e, simultaneamente, autorizar a atribuição de competência discricionária para a Comissão indicar, por ocasião do julgamento de alguma das fases, os critérios de julgamento. Todos os critérios e todas as exigências deverão constar, de modo expresso e exaustivo, no corpo do edital" (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Editora Dialética, 9ª. Edição, pg. 385) V – Em resumo: o Poder Discricionário da Administração esgota-se com a elaboração do Edital de Licitação. A partir daí, nos termos o vocábulo constantes da própria Lei, a Administração Pública vincula-se "estritamente" a ele. VI – Recurso Especial provido." (1ª. turma, Resp 421.946/DF, Rel. Ministro FRANCISCO FALCÃO, julgado em 07.02.2006, DJ 06.03.2006, p. 163).

- ***PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. VINCULAÇÃO AO EDITAL. PRINCÍPIO DA LEGALIDADE E IMPESSOALIDADE. (...)*** *3. O princípio da impessoalidade obsta que critérios subjetivos ou anti-isonômicos influam na escolha dos candidatos exercentes da prestação de serviços públicos. 4. A impessoalidade opera-se pro populo, impedindo discriminações, e contra o administrador, ao vedar-lhe a contratação dirigida intuitu personae. (...) 6. Recurso ordinário desprovido" (1ª. Turma, RMS 16.697/RS, REl. Ministro LUIZ FUX, julgado em 22.03.2005, DJ 02.05.2005, p. 153).*

O Tribunal de Contas da União também reconhece a importância do princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:40:38 -05'00'

> Na decisão 911/2001 – Plenário (julg. 31.10.2001, Rel. Min. ADYLSON MOTTA) o TCU confirmou a validade da desclassificação de proposta que não atendia os requisitos do edital. Consignou que "*Da análise dos documentos e informações incluídos nos autos, verifica-se que a proposta da licitante autora da representação, não obstante ser a mais vantajosa dentre as apresentadas, foi, a meu ver, devidamente desclassificada por não preencher requisitos formais e materiais específicos que envolvem a identidade do objeto e a satisfatoriedade da prestação...".*
>
> Já na decisão n. 1.314/2002 – Plenário (julg. 2.10.2002, Rel. Min. VALMIR CAMPELO), o entendimento foi reafirmado. Reputou-se que "*ficou demonstrado, após análise do competente processo licitatório pela Unidade Técnica, que a Comissão de Licitação, em estrita obediência ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório, desclassificou a sua proposta em razão da absoluta ausência de especificação dos materiais cotados, desigualando-se das demais classificadas, que apresentam em medida adequada e razoável as especificações reclamadas no referido item editalício.*"

A definição do objeto da futura contratação, da forma de apresentação das propostas, dos critérios a serem utilizados para aferir a idoneidade das propostas e também para a sua classificação, todos esses aspectos vinculam a atuação da Administração. Esta não pode rejeitar proposta que atenda aos termos do edital. Ao mesmo tempo, não pode acatar propostas que descumpra os requisitos mínimos definidos pelo ato convocatório.

Por isso, o descumprimento a alguma regra contida no edital conduz à invalidade do ato administrativo desconforme.

Impossibilidade de descumprimento do procedimento previsto no Edital

Conforme destacado acima, a licitante NINE deve ser desclassificada, por cometer evidente afronta aos princípios da vinculação às disposições do edital, assim como da isonomia, na medida que se beneficiou de seus erros, em detrimento da PWS, ou seja, a licitante que não cometeu nenhuma irregularidade na apresentação de sua Proposta Técnica.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:41:01 -05'00'

Nesse sentido, a jurisprudência do STJ é pacífica ao impor a desclassificação da empresa que descumpre exigência contida no edital:

> *"(...)5. Ad argumentandum tantum, sobreleva notar, o princípio da vinculação ao edital que norteia todo o procedimento licitatório, incide tanto para a Administração quanto para os licitantes (...) autoriza sua desclassificação do certame, nos termos da Lei 8.666/93, por desrespeitar as cláusulas do edital que, subsumindo-se em disciplina das regras de fundo e procedimentais da licitação, estabelece vínculo entre a Administração e os interessados com ela em contratar." (RMS 15901/SE) 6. Recurso ordinário desprovido" (STJ, '1ª. turma, RMS 17.658/SC, Rel. Min. LUIZ FUX, julgado em 12.09.2006, DJ 28.09.2006, pg. 188);*

> *"ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. CONCORÊNCIA PÚBLICA. EDITAL. REQUISTIOS. DESCUMPRIMENTO, INABILITAÇÃO. 1. Os requisitos estabelecidos no edital de licitação, lei interna da concorrência, devem ser cumpridos fielmente, sob pena de inabilitação do concorrente. 2. Recurso especial improvido" (STJ, 2ª. Turma, REsp 253.008/SP, Rel. Min. FRANCISCO PEÇANHA MARTINS, DJ. 11.11.2002, p. 220).*

O princípio de isonomia

O prestígio da isonomia rege toda a Administração Pública brasileira, nos termos do artigo 37, "caput", da Constituição Federal. No âmbito das licitações públicas não é diferente e, por esse motivo, o artigo 3º da Lei 8.666/93 prevê que um dos princípios das licitações é justamente a igualdade.

O princípio da isonomia impõe que Administração Pública confira tratamento igual a todos os licitantes sem favorecer ou desfavorecer este ou aquele concorrente do certame licitatório. Serve, em última análise, para tutelar a moralidade e a probidade do procedimento de contratação pública, evitando favorecimentos ilícitos e imorais.

Por esse motivo, a Constituição Federal e a Lei 8.666/93 conferem ao princípio da isonomia posição elevada, a qual deve ser diligentemente observada por toda a Administração Pública.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:41:28 -05'00'

Nesse sentido, **ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO** em obra específica sobre o tema, ensina que *"o princípio da igualdade consiste em assegura regramento uniforme às pessoas que não sejam entre si diferenciáveis por razões lógicas e substancialmente (isto é, em face da Constituição) afinadas com eventual disparidade de tratamento" (Princípio da Isonomia, Revista Trimestral de Direito Público, 1/83, do mesmo autor: Conteúdo Jurídico do Princípio da Igualdade, 3ª. ed. 7ª. tiragem, São Paulo: Malheiros, 1999, p. 37/40).*

Para o STF, no âmbito das licitações públicas, o princípio da isonomia se reflete na necessidade de concessão de iguais oportunidades aos concorrentes:

> *"3. A licitação é um procedimento que visa a satisfação do interesse público, pautando-se pelo princípio da isonomia. Está voltada a um duplo objetivo: o de proporcionar à Administração a possibilidade de realizar o negócio mais vantajoso – o melhor negócio – e o de assegurar aos administrados a oportunidade de concorrerem, em igualdade de condições, a contratação pretendida pela Administração. Imposição do interesse público, seu pressuposto e a competição. Procedimento que visa a satisfação do interesse público, pautando-se pelo princípio da isonomia, a função da licitação e a de viabilizar, através da mais ampla disputa, envolvendo o maior número possível de agentes econômicos capacitados, a satisfação do interesse público.* ***À competição visada pela licitação, a instrumentar a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, impõe-se seja desenrolada de modo que reste assegurada a igualdade (isonomia) de todos quantos pretendam acesso às contratações da Administração.*** *4. A lei pode, sem violação do princípio da igualdade, distinguir situações, a fim de conferir a uma tratamento diverso do que atribui a outra. Para que possa fazê-lo, contudo, sem que tal violação se manifeste, é necessário que a discriminação guarde compatibilidade com o conteúdo do princípio. (...)(STF, ADI 3.070/RN, Plenário. Rel. Min. EROS GRAU, j. 2m 29.11.2007, DJ de 19.12.2007).*

Portanto, o julgamento das propostas em uma licitação pública deve sempre observar o princípio da isonomia, sob pena de invalidação da decisão. Caso fossem relevados os graves defeitos cometidos pela NINE, estar-se-ia infringindo os dois citados princípios.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:41:47 -05'00'

IV – DOS REQUERIMENTOS

Diante de tais fatos, requer-se:

1. Que, seja o presente recurso administrativo acolhido em ambos os efeitos, processado e julgado nos termos da lei, eis que tempestivo;
2. Primeiramente, que a Comissão de Licitação **amplie os motivos que ensejaram a desclassificação da licitante NINE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA também pelo fato de desatender as disposições do edital** quanto à apresentação da **Ideia Criativa e da Estratégia de Mìdia e Não Mídia,** além da manutenção dessa desclassificação pelo não atingimento da pontuação mínima estabelecida no edital.
3. Na eventualidade de assim não reconsiderar – o que se permite tão só para argumentar - seja recebido o recurso e determinado seu processamento, com o encaminhamento à Autoridade Superior, que deverá acolher o recurso para desclassificar a licitante NINE.

Anexos ao presente Recurso Administrativo, seguem os seguintes documentos, que passam a fazer parte integrante do mesmo:

- Contrato Social e Última Alteração Contratual da recorrente;
- RG de Rodrigo Severiano Pires;
- Ata da Terceira Sessão Pública datada de 19/04/2024.

Nestes termos,

Pede deferimento.

RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215

Assinado de forma digital por RODRIGO SEVERIANO PIRES:94907250215
Dados: 2024.04.26 13:42:23 -05'00'

PWS Publicidade & Propaganda Ltda
CNPJ 21.722.644/0001-63
Rodrigo Severiano Pires
Sócio Administrador
CPF 949.072.502.15