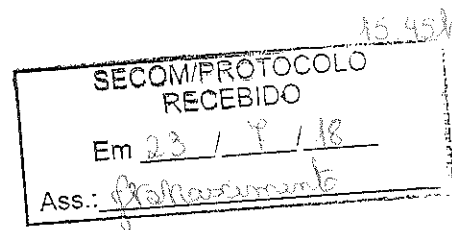


À COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - CAEL/SECOM



Concorrência Pública / Edital nº 001/2017

FIRE MARKETING E COMUNICACAO LTDA [RECORRENTE], pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 05.544.626/0001-82, com endereço à Rua Carlos Eduardo Monteiro de Lemos, nº 262, Centro Comercial Jardim da Penha, sala 409, Jardim da Penha, Vitória/ES, CEP 29.060-120, por seus advogados abaixo assinados, vem à presença de V.Sas. interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

contra a r. decisão exarada por esta insigne **Comissão Administrativa Especial de Licitação-CAEL/SECOM** que, em afronta direta à decisão liminar exarada pelo Douto Juízo da 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo, nos autos do mandado de segurança (MS) nº 0001032-42.2018.8.08.0024, retomou procedimento licitatório determinando publicação, sem qualquer autorização para tanto, de decisão de "ratificação do resultado do julgamento das propostas técnicas publicado no DIOES de 26/12/2017". E o faz pelos fatos e fundamentos a seguir expostos.

1. DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE DO PRESENTE RECURSO ADMINISTRATIVO

1.1. Trata-se de RECURSO ADMINISTRATIVO interposto em face de ato ilegal praticado pela CAEL/SECOM e Subcomissão Técnica que, em afronta direta à decisão liminar exarada pela 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal,

Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo, retomou procedimento licitatório suspenso por determinação judicial, publicando no Diário Oficial "*ratificação do resultado do julgamento das propostas técnicas publicado no DIOES de 26/12/2017*".

1.2. De fato, o art. 109, I, "b", da Lei nº 8.666/93 assegura o cabimento de **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra decisão de julgamento das propostas.

1.3. De outro lado, quanto à tempestividade, esta é observada na medida em que, aos 16.07.2018 foi publicado no DIOES [doc. 02] a ilegal "*ratificação do resultado de julgamento das propostas técnicas*", com expressa referência ao termo inicial de abertura do prazo recursal de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de **RECURSOS ADMINISTRATIVOS**.

1.4. O prazo para oferecimento de **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face desse tipo de decisão está igualmente previsto no art. 109, I, "b", da Lei nº 8.666/93 e subitem 12.1.1., alínea "b" do Edital, sendo exatamente de 05 (cinco) dias úteis. O presente **RECURSO ADMINISTRATIVO** é tempestivo, porque apresentado em respeito a esse prazo, até o dia 30.07.2018, inclusive.

1.5. Assim, presentes os requisitos intrínsecos e extrínsecos à admissibilidade recursal, impõe-se o regular processamento e julgamento deste **RECURSO ADMINISTRATIVO**.

2. DAS CONSIDERAÇÃO INICIAIS

2.1. Surpreendentemente, em 16.07.2018, publicou no Diário Oficial decisão de "*ratificação do resultado do julgamento das propostas técnicas*" da Concorrência nº 001/2017, comunicando os interessados de que as justificativas para as pontuações

atribuídas a cada licitante estaria disponível no endereço eletrônico www.secom.es.gov.br. Tal ato teria sido praticado pela CAEL/SECOM e Subcomissão Técnica em suposto atendimento à decisão judicial proferida nos autos do processo nº 0001900-20.2018.8.08.0024.

2.2. Compulsando aos autos do processo [Agravado de Instrumento nº 0001900-20.2018.8.08.0024] constata-se inexistir qualquer tipo de ordem judicial exarada pelo Eminentíssimo Desembargador Relator FERNANDO ESTEVAM BRAVIM RUIY para que se proceda a divulgação de pontuação devidamente justificada do julgamento das propostas técnicas da Concorrência nº 001/2017, retomando-se o curso e regular andamento do processo administrativo perante a administração pública estadual.

2.3. Aliás, verifica-se que tanto nos autos do referido recurso de agravo de instrumento quanto nos autos do mandado de segurança nº 0001032-42.2018.8.08.0024, em curso perante a 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo, inexiste determinação judicial para que se proceda qualquer tipo de ato no presente procedimento licitatório.

2.4. Ao contrário, há decisão judicial determinando expressamente “a suspensão dos efeitos da decisão de julgamento das propostas técnicas na Concorrência nº 001/2017 da SECOM, obstando o prosseguimento do certame licitatório em questão, até posterior deliberação”. [grifou-se]

2.5. Como não houve posterior deliberação do Poder Judiciário, causa-nos espécie a publicação de “ratificação” de pontuação pela CAEL/SECOM e Subcomissão Técnica em afronta direta à determinação judicial. Tal atitude, certamente, deverá ser objeto de investigação pelos órgãos competentes.

2.6. A bem da verdade é que essa publicação de “*ratificação*” de pontuação aparenta ser uma tentativa de legitimação de atos ilegais impugnados alhures, como se o presente procedimento licitatório pudesse ser retomado, a qualquer momento, pelo Órgão Licitante, sem qualquer determinação judicial, o que, *data maxima venia*, é totalmente inadmissível.

2.7. Acrescente-se que a fundamentação jurídica da decisão liminar proferida pelo Douto Juízo da 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo repousa sobre dois aspectos:

i) ausência de justificativa escrita das razões que fundamentaram a aplicação de notas aos quesitos e ilegalidade por violação ao art. 11, § 4º, IV e VI, da Lei nº 12.232/10 e aos itens 8.9 e 8.11 do Edital; e

ii) desclassificação da licitante MP Publicidade por apresentar os custos em desconformidade com os itens 7.17.2 e 7.13.4 do Edital – violação ao princípio da isonomia.

2.8. E a publicação dessa “*ratificação*” não regulariza a ilegalidade cometida identificada pelo Poder Judiciário.

2.9. Aliás, a bem da verdade é que com a interposição dos recursos administrativos e das medidas judiciais, houve plena identificação da autoria dos planos de comunicação publicitária, o que acabou maculando o presente procedimento licitatório, inviabilizando o seu prosseguimento, sob pena de nova violação às regras básicas Editalícias e legais.

2.10. Evidente, pois, que a r. decisão de “*ratificação do resultado do julgamento das propostas técnicas*” é ilegal, infundada e inadmissível diante da ordem judicial de suspensão do presente procedimento licitatório.

3. DA IDENTIFICAÇÃO DAS CAMPANHAS – DO VÍCIO INSANÁVEL

3.1. De outro lado, tem-se que após plena identificação da autoria dos planos de comunicação publicitária [Envelope A – não identificado], a Ilma. CAEL/SECOM e Subcomissão Técnica vem apresentar as “*justificativas*” escritas para as notas dos planos de comunicação publicitária atribuídas às licitantes participantes da Concorrência nº 001/2017.

3.2. Ora, como visto, trata-se de *tentativa* de legitimação de atos ilegais praticados, repita-se, como se o presente procedimento licitatório pudesse ser retomado, a qualquer momento, pelo Órgão licitante, sem qualquer determinação judicial, o que, *data maxima venia*, é totalmente inadmissível.

3.3. Fato é que está havendo violação direta ao princípio basilar do procedimento licitatório e, principalmente, da Lei nº 12.232/2010, que prevê o absoluto sigilo das propostas. Se houve ajuizamento de ações judiciais e interposição de recursos administrativos perante a CAEL/SECOM e Subcomissão Técnica com indicação das campanhas impugnadas, notadamente da campanha da licitante MP Publicidade “Vou de BOA”, obviamente, a posterior justificativa escrita das notas atribuídas padece de vício insanável.

3.4. Tolerar essa providência seria admitir como válida e legítima a atribuição de notas e justificativas de notas [juízo, propriamente dito], pela Comissão, quando já se tem plena e inequívoca ciência da autoria das propostas.

3.5. Ora, é notório que a “*não identificação*” das campanhas é fundamental para assegurar a isenção e evitar o favorecimento e o direcionamento no julgamento das propostas técnicas. Como se sabe, a subcomissão encarregada do julgamento das

propostas técnicas recebe plano de comunicação não identificado. A ideia é que os membros da subcomissão não saibam quem são os autores das respectivas propostas e, pois, analisem as mesmas com imparcialidade. Quer-se que a avaliação técnica seja realizada às cegas, determinada pelo conteúdo das propostas e soluções e não pela identidade da agência de publicidade que os produziu.

3.6. A intenção do legislador de proibir a identificação dos licitantes autores dos planos de comunicação é evidente e foi ressaltada inúmeras vezes durante a tramitação do Projeto de Lei que deu origem à Lei nº 12.232/10. Leia-se trecho de autoria do Deputado Federal José Eduardo Cardozo, autor do Projeto de Lei:

(...) Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas.

3.7. A propósito, o inciso XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/10 é categórico e peremptório ao prescrever a desclassificação dos licitantes que desatenderem aos incisos XII e XIII do mesmo artigo.

3.8. Com efeito, a identificação das propostas técnicas extirpou qualquer possibilidade de prosseguimento do presente certame.

3.9. Assim, ainda que hipoteticamente seja admitida a retomada do procedimento licitatório, o fato é que a justificativa escrita das pontuações atribuídas aos licitantes, após a identificação das campanhas, torna nulo todo o certame.

3.10. Vê-se, pois, que, sob qualquer ângulo que se examine, o presente procedimento licitatório deve ser anulado por esse Ilmo. Órgão.

4. DAS "JUSTIFICATIVAS" ESCRITAS APRESENTADAS PELA CAEL/SECOM

4.1. Não menos surpreendente são as justificativas apresentadas pela Ilma. CAEL/SECOM para a pontuação atribuída à campanha *vitoriosa* da licitante MP PUBLICIDADE, "VOU DE BOA".

4.2. De fato, nos termos do Edital, para efeito de avaliação no julgamento das Propostas Técnicas, a licitante deveria apresentar Campanha simulada sobre o tema hipotético, conforme "briefing" no ANEXO I, contendo Plano de Comunicação Publicitária. É o Plano de Comunicação Publicitária deveria versar sobre os seguintes quesitos: a) **Raciocínio Básico**; b) **Estratégia de Comunicação Publicitária**; e c) **Ideia Criativa**.

4.3. No que tange ao *Raciocínio Básico*, a Ilma. Subcomissão Técnica da CAEL/SECOM afirmou que a licitante MP PUBLICIDADE teria apresentado uma ótima acuidade da compreensão do problema e que a compreensão do papel do Poder Executivo teria sido avaliada como "boa". Por ter entendido como ótima a acuidade e boa compreensão, a nota média aplicada pela Ilma. Subcomissão Técnica da CAEL/SECOM foi de 8,84.

4.4. Por sua vez, no que tange à *Estratégia de Comunicação Publicitária*, Técnica da CAEL/SECOM afirmou que a licitante MP PUBLICIDADE teria mostrado ótima consistência lógica e pertinência da argumentação, além do que o conceito criado teria mostrado boa abrangência e boas possibilidades de desdobramentos positivos.

4.5. Ora, *data maxima venia*, como a Comissão Julgadora consegue afirmar que a ideia apresentada pela Licitante associando direção à uma marca famosa de cerveja

nacional poderia ter desdobramentos positivos? Obviamente, os desdobramentos seriam majoritariamente negativos, com inevitável associação de cerveja à direção.

4.6. Conforme já inclusive demonstrado em manifestações anteriores, o Plano de Comunicação Publicitária oferecido pela licitante MP PUBLICIDADE LTDA apresenta ERRO GROSSEIRO, que a Comissão aparenta ignorar, a ponto de a Campanha Publicitária proposta em si jamais poder ser relacionada ao ESTADO DO ESPÍRITO SANTO e nem mesmo exequível pelo DETRAN, tampouco DER, seja a nível estadual ou nível nacional.

4.7. A campanha apresentada tem a seguinte denominação: "MOVIMENTO RUA COLETIVA. VOU DE BOA E TODO MUNDO VOLTA BEM". Esse é o conceito apresentado pela licitante MP PUBLICIDADE LTDA.

4.8. De plano, constata-se imediata e direta ligação à bebida alcoólica cerveja "ANTÁRTICA BOA". Veja a primeira parte do mote, "VOU DE BOA".

4.9. Questão grave, que estranhamente levada ao conhecimento da Subcomissão Julgadora, essa preferiu se esquivar do enfrentamento.

4.10. Segundo a licitante, o termo "BOA" estaria alinhado às boas práticas, boas atitudes. Entretanto, é inevitável a associação à expressão "BOA" com o slogan da CERVEJA ANTÁRTICA, que tem a palavra "BOA" integrada como nome da cerveja. Inclusive, porque o "BOA" é a própria denominação dada àquela bebida alcoólica fabricada pela empresa.

4.11. Aqui, torna-se muito oportuno transcrever algumas regras definidas no Código de Brasileiro de Autorregulamentação de Publicidade:

Artigo 43. O anúncio não poderá infringir as marcas, apelos, conceitos e direitos de terceiros, mesmo aqueles empregados fora do país, reconhecidamente relacionados ou associados a outro Anunciante

Artigo 45 -

a. o Anunciante assumirá responsabilidade total por sua publicidade;

b. a Agência deve ter o máximo cuidado na elaboração do anúncio, de modo a habilitar o Cliente Anunciante a cumprir sua responsabilidade, com ele respondendo solidariamente pela obediência aos preceitos deste Código; este Código recomenda aos Veículos que, como medida preventiva, estabeleçam um sistema de controle na recepção de anúncios. [grifou-se]

4.12. E não é somente o termo "BOA" que faz associação à cerveja "BOA", como também as fontes e cores utilizadas pela licitante MP PUBLICIDADE LTDA em seu storyboards. Veja abaixo a similaridade:



4.13. Ora, a empresa ANTÁRCTICA, integrante do Grupo AMBEV, vem investindo há anos milhões e milhões de reais em campanhas publicitárias vinculando a sua cerveja à palavra "BOA", como sua denominação. Assim como a CERVEJA BRAHMA fez com o slogan "A número 1". Isso faz com que a escolha dessa palavra "BOA" pela licitante MP PUBLICIDADE LTDA, como chave ao conceito apresentado, seja, no mínimo, ARRISCADA, PERIGOSA E NADA EDUCATIVA.

4.14. "Álcool" e "direção" definitivamente não combinam! É fato incontroverso que tais palavras não podem andar juntas, nem mesmo quando a intenção seja salutar. Imagine a repercussão negativa e as críticas que surgiriam quando a população, que deveria estar participando de um movimento de mudança de atitudes no trânsito, passassem a fazer piadas sobre algo tão sério.

4.15. “Quem vai de BOA, vai de ANTÁRCTICA!”. “Quem vai de BOA, não dirige!” [e, definitivamente NÃO VOLTA BEM]. Essas são ideias intuitivas a serem construídas pelo público com esse mote, promovendo uma associação inevitável, jocosa e altamente perigosa, desmoralizando e desconstruindo uma causa absolutamente séria que dá fim a muitas vidas.

4.16. O “VOU DE BOA” é um conceito fronteiro à irresponsabilidade. Uma boa campanha seria: “Quem vai de BOA, volta de UBER ou de TÁXI”.

4.17. Pode-se até imaginar algumas situações nada recomendáveis que se desdobrariam, a partir da frase “VOU DE BOA” (ANTÁRCTICA). Exemplos: Motociclista usar o capacete é uma boa ideia (“Cachaça 51”). Keep driving safely (“Johnny Walker”). Quem não ultrapassa o limite de velocidade dirige redondo (“Skol”).

4.18. Afirmar, como o fez a Subcomissão Julgadora CAEL/SECOM que a *“a ideia criativa tem boa compatibilização de linguagem”* é vender os olhos à associação óbvia de *cerveja x direção* que a equivocada campanha apresentada pela licitante MP Publicidade acabou apresentando.

4.19. Não é preciso dizer mais! Trouxe a licitante um conceito extremamente perigoso que desencadeará pesadas críticas ao DETRAN-ES e ao GOVERNO DO ESTADO, que sempre se colocam de maneira séria e comprometida com o desenvolvimento de políticas públicas conscientes e positivas.

4.20. Assim, as *“justificativas”* apresentadas são absurdas e inaceitáveis!

4.21. De outro lado, *data maxima venia*, as justificativas genéricas apresentadas pela Subcomissão Julgadora CAEL/SECOM não regularizam a ilegalidade cometida.

4.22. Isso porque o art. 11, § 4º, IV a VI, da Lei nº 12.232/10 estabelece que o julgamento das propostas técnicas deve ser acompanhado de justificativa escrita das razões que fundamentaram as avaliações:

*Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.
[...]*

*§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:
[...]*

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; “

4.23. Por sua vez, os itens 8.9 e 8.11. do Edital de Concorrência nº 001/2017 , em estrita observância às regras previstas na Lei nº 12.232/10, estabelecem a necessidade de justificativa escrita das razões que fundamentaram as avaliações e pontuações dadas, *in verbis*:

8.9 - A **Subcomissão Técnica** elaborará ata de julgamento do **Plano de Comunicação Publicitária** e encaminhará à Comissão Administrativa Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

8.11 - A **Subcomissão Técnica** elaborará ata de julgamento do **Conjunto de Informações do Proponente** e encaminhará à Comissão Administrativa Especial de Licitação - CAEL/SECOM, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

4.24. Com efeito, no presente caso, constata-se que a Subcomissão Técnica se limitou a fazer afirmações genéricas, com indicação de “avaliação” subjetiva [ótimo,

bom e, regular] para pontuar as licitantes, sem demonstrar, objetivamente, quais teriam sido os critérios efetivos de avaliação das campanhas apresentadas.

4.25. *Data maxima respecta*, ainda que na remota hipótese do procedimento licitatório ser retomado, entende-se que a justificativa escrita para as pontuações não pode se limitar às inconclusivas afirmações e “justificativas” apresentadas, neste momento, pela Subcomissão Julgadora CAEL/SECOM, sob pena de subverter a verdadeira finalidade da previsão legal e editalícia que é a de redução da margem de subjetividade inerente à avaliação desse tipo de Licitação.

4.26. Não há como concluir, sem conspurcar a regra da “vinculação ao instrumento convocatório” e do “julgamento objetivo”, que essas inconclusivas afirmações em conjunto com a indicação dos parâmetros [*ótimo, bom, regular, não atendeu ou não apresentou*] poderia ser consideradas como justificativas escritas das pontuações.

4.27. Ora, *data maxima respecta*, justificativas conclusivas são as que a ora RECORRENTE apresenta abaixo, à pontuação equivocadamente dada à malfadada campanha apresentada pela Licitante MP Publicidade LTDA. Senão vejamos:

4.28. Em “IDEIA CRIATIVA”, foram os quesitos sob avaliação:

- a) Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual.
- b) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.
- c) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.
- d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.
- e) Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.
- f) Pertinência às atividades do Poder Executivo Estadual e sua inserção na sociedade.
- g) Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.
- h) Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.
- i) Exequibilidade das peças.

4.29. E essas foram as notas recebidas pela Licitante MP PUBLICIDADE:

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual.	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	3,20	4,00	3,20	3,36
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,40	1,80	3,00	2,40	2,40	2,40
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	3,00	3,00	3,00	2,40	2,40	2,76
Pertinência às atividades do Poder Executivo Estadual e sua inserção na sociedade.	1,80	1,80	1,80	2,40	2,40	2,04
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	3,00	2,40	3,00	3,00	2,40	2,76
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3,00	3,00	3,00	3,00	2,40	2,88
Exequibilidade das peças.	1,80	1,80	1,80	3,00	2,40	2,16
TOTAL QUESTÃO	24,60	23,40	25,20	26,60	24,00	24,76

4.30. Esta Ilma. Subcomissão, de forma inconclusiva e genérica, afirmou que a licitante MP Publicidade teria apresentado (i) de forma simples a importância das pequenas atitudes que podem tornar o trânsito mais seguro para todos; (ii) a ideia criativa com boa compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos; e (iii) a exequibilidade das peças teria sido avaliada como boa a regular.

4.31. Ora, havendo o vício grave pela associação da Campanha à bebida alcoólica cerveja “BOA”, estranha-se, com gravidade, a pontuação recebida nos quesitos avaliados, em especial, “inadequação” ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual; Multiplicidade de interpretações [DES]favoráveis que comporta; Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados; e, sem sombra de dúvidas, [IN]exequibilidade das peças.

4.32. A pontuação nesses quesitos deve ser nula, principalmente em se considerando uma campanha voltada para o DETRAN, com infeliz associação à bebida alcoólica.

4.33. Essa avaliação, sim, é objetiva e com justificativas plenamente razoáveis diante do evidente vício na campanha da licitante MP Publicidade.

4.34. Já em “**ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**” foram os seguintes quesitos sob avaliação:

- a) Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.
- b) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos.

4.35. E, essas foram as notas recebidas pela Licitante **MP PUBLICIDADE LTDA**:

QUESTO: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,40	2,40	2,40	3,20	3,20	2,72
Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
A inquetis de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos.	1,80	1,80	2,40	2,40	3,00	2,28
TOTAL QUESTO	7,20	7,20	7,80	8,60	9,20	8,00

4.36. Esta Ilma. Subcomissão, de forma inconclusiva e genérica, afirmou que a campanha apresentada teria mostrado (i) ótima consistência lógica e pertinentes da argumentação; e (ii) conceito com boa abrangência e boas possibilidade de desdobramentos positivos.

4.37. Ora, objetivamente, a pontuação recebida se mostra totalmente equivocada, haja vista a severa inadequação da proposta, e a riqueza interminável de desdobramentos NEGATIVOS do conceito criado para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos.

4.38. Impõe-se, assim, diante de grave erro constatado, a revisão das notas que foram atribuídas à Licitante MP PUBLICIDADE LTDA.

4.39. Evidente, pois, que as regras editalícias e legais permanecem sendo violadas, o que, por si só, enseja a nulidade do presente procedimento licitatório.

5. DOS REQUERIMENTOS

5.1. Pelo exposto, a ora RECORRENTE pede e espera:

- a) seja feito registro na capa dos autos para que, doravante, todas as intimações relacionadas a estes autos sejam expedidas em nome dos advogados **FABRICIO SANTOS TOSCANO, OAB/ES 11.609**; e **DANIEL CHERNICHARO DA SILVEIRA, OAB/ES 18.671**, sob pena de nulidade do ato em caso de descumprimento;
- b) seja recebido e processado o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**;
- c) seja intimada a licitante **MP PUBLICIDADE LTDA** para contrarrazões no prazo legal;
- d) sejam os demais licitantes informados da interposição do presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**;
- e) mantida a suspensão do presente procedimento licitatório, até ulterior deliberação do Juízo da 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo acerca da tentativa deste órgão de retomada do procedimento licitatório
- f) na remota hipótese de se prosseguir com o presente certame, seja oficiado o Juízo da 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo para se pronunciar sobre os atos praticados por este Órgão;
- g) ultrapassados as questões anteriores, seja conhecido e provido o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO** para:
- g.i) que seja mantida a suspensão do presente procedimento licitatório até ulterior deliberação do Juízo da 4ª Vara de Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde do E. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo;
- g.ii) determinar a anulação do presente procedimento licitatório em razão da identificação das campanhas avaliadas;
- g.iii) que seja procedida a revisão de notas e subsequente desclassificação da ora **RECORRIDA MP PUBLICIDADE LTDA**, atribuindo-se aquela licitante notas "zero", considerando-se os graves erros em sua "IDEIA CRIATIVA" e "ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA", dentre outros aspectos suscitados;
- h) ainda, havendo o indeferimento de qualquer requerimento ora formulado, requer, desde já, seja remetido o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO** para **RECONSIDERAÇÃO** pela Autoridade Competente, na forma do art. 109, III e seg. da Lei nº 8.666/93 e do Edital; e
- i) por fim, requer a suspensão deste certame até o integral julgamento e trâmite desse recurso.

TOSCANO & CHERNICHARO

ADVOCADOS

5.2. A RECORRENTE informa o endereço abaixo para o envio de futuras notificações relacionadas a esse processo:

Toscano & Chernicharo Advogados

Avenida Nossa Senhora da Penha, nº 699, Conj 708, Torre B, Edifício Century Towers, Santa Lúcia, Vitória/ES, CEP 29056-250
Tel: 55 27 3022-2308 / 55 27 3022-2309

Vitória/ES, 23 de julho de 2018.


FABRICIO SANTOS TOSCANO
OAB/ES 11.609


DANIEL CHERNICHARO DA SILVEIRA
OAB/ES 18.671



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA DE REUNIÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 001/2017
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 77457080/2017

JUSTIFICATIVA PARA AS NOTAS DOS PLANOS DE COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA - ENVELOPE "A"

A Subcomissão Técnica, designada pela Portaria SECOM N.º 031-S, de 18/09/2017, e composta pelos membros Carine da Silva Cardoso, Carlos Vagner Bissoli, Jesley de Barros, Karla Danielle Mendes Secatto e Margô Devos Paranhos, se reuniu, na presente data, na Superintendência Estadual de Comunicação Social (SECOM), localizada no 3º andar do Palácio da Fonte Grande, Centro, Vitória – ES, para registrarem, em ata, as justificativas para as notas dos planos de comunicação publicitária (Envelope "A") das licitantes participantes da Concorrência N.º 001/2017, em atendimento à determinação exarada nos autos do Processo N.º 001032-42.2018.8.08.0024 da 4ª Vara da Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde de Vitória.

Lote 01

Lote 01 - Conceito: **MOVIMENTO RUA COLETIVA. OLHE PARA TODOS OS LADOS.**

Lote 1 - Conceito: "MOVIMENTO RUA COLETIVA. OLHE PARA TODOS OS LADOS"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,80	7,40	7,40	6,60	6,00	7,04
Estratégia de Comunicação	10	6,60	6,00	6,60	7,20	7,20	6,72
Ideia Criativa	30	19,40	18,60	18,60	21,20	17,00	18,96
Estratégia de Mídia	15	7,80	9,00	9,00	7,80	6,60	8,04
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							40,76

Raciocínio Básico: O plano de comunicação publicitária apresentado com o mote "Movimento Rua Coletiva. Olhe Para Todos os Lados" apresentou boa compreensão das características e do contexto social, político e econômico do



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Espírito Santo, ressaltando o papel de destaque que o estado tem tido no cenário nacional e o equilíbrio fiscal priorizado pela atual gestão. O problema específico de comunicação apresentado no briefing teve uma compreensão regular, podendo ser melhor explorado no texto. Pela avaliação geral, o quesito Raciocínio Básico foi considerado de regular a bom por esta subcomissão técnica e recebeu nota média 7,04.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O quesito "Estratégia de Comunicação Publicitária" apresentou uma boa consistência lógica e argumentação em sua defesa, mas a adequação do conceito foi considerada por esta subcomissão como regular, já que tem uma maior representação entre pedestres, que é apenas um dos diversos agentes de trânsito que são públicos apresentados no briefing (ciclistas, pedestres, motoristas, motociclistas, entre outros). Vale ressaltar que uma estratégia de comunicação eficaz e adequada à realidade do Governo do Estado do Espírito Santo e do Detran é essencial, pois são os conjuntos de decisões integradas que permitem ao órgão atingir os objetivos estabelecidos no briefing. Assim, a nota média do quesito foi 6,72.

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentada aborda de maneira muito superficial os problemas de trânsito apresentados no briefing, tendo uma adequação regular ao problema de comunicação específico. Além disso, a originalidade também foi considerada por esta subcomissão como regular. Apesar disso, as peças apresentadas são exequíveis. Esta subcomissão ressalta que é por meio da ideia criativa que a propaganda se diferencia e desperta a atenção do público em meio a tantas outras campanhas nos meios de comunicação. Assim, é sua função capturar a atenção e, em seguida, rapidamente passar a sua mensagem. Tendo isto em vista, este quesito foi considerado regular com nota média 18,96.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia apresentada no plano de comunicação foi considerada pouco inovadora, focando em meios tradicionais e que consomem grande parte da verba destinada à campanha. Assim, mostrou-se pouca economicidade no plano simulado de distribuição de peças. A concorrente demonstrou conhecimento e capacidade analítica dos hábitos de leitura e audição



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

dos públicos-alvo regular, podendo ter explorado melhor essas informações para justificar as segmentações do plano. A nota média foi 8,04.

Lote 01 - Conceito: **MOVIMENTO RUA COLETIVA. VOU DE BOA E TODO MUNDO VOLTA BEM.**

Lote 1 - Conceito: "MOVIMENTO RUA COLETIVA. VOU DE BOA E TODO MUNDO VOLTA BEM"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	9,20	9,20	9,20	8,60	8,00	8,84
Estratégia de Comunicação	10	7,20	7,20	7,80	8,60	9,20	8,00
Ideia Criativa	30	24,60	23,40	25,20	26,60	24,00	24,76
Estratégia de Mídia	15	10,20	12,00	12,00	12,60	12,00	11,76
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							53,36

Raciocínio Básico: A concorrente responsável pelo mote "Movimento Rua Coletiva. Vou de boa e todo mundo volta bem" apresentou uma ótima acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual apresentado no briefing. Já a compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico e a compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo com seus públicos foi considerada por esta subcomissão técnica como boas. Assim, a nota média foi 8,84.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação expresso no briefing mostrou ótima consistência lógica e pertinência da argumentação em sua defesa. Além disso, o conceito criado mostrou boa abrangência e tem boas possibilidades de desdobramentos positivos, aumentando as chances de se ter um bom retorno com a solução publicitária apresentada. Considerando isso, a nota média foi 8,00.

Ideia Criativa: A concorrente mostra, em sua proposta, o papel de diversos agentes do trânsito (ciclistas, pedestres, motoristas, motociclistas, entre outros), conforme solicitado no briefing. De forma simples, ressalta a importância de pequenas atitudes que podem tornar o trânsito mais seguro para todos. A ideia criativa apresentada tem boa compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos, mas a exequibilidade de suas peças foi considerada por esta subcomissão como boa a regular. Portanto, a nota média foi 24,76.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Estratégia de Mídia: Esta subcomissão técnica considerou que a estratégia de mídia apresentada pela concorrente foi criativa e trouxe inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. Entretanto, a economicidade na aplicação da verba foi boa a regular, já que a produção da campanha e a parte não-mídia teria um custo de 27,5% de todo o montante disponibilizado no briefing. Por fim, a concorrente demonstra bom conhecimento e capacidade analítica dos hábitos de leitura e audição dos públicos-alvo. A nota média foi 11,76.

Lote 01 - Conceito: **NO TRÂNSITO AS HISTÓRIAS SE CRUZAM. COMPARTILHE RESPEITO.**

Lote 1 - Conceito: "NO TRÂNSITO AS HISTÓRIAS SE CRUZAM. COMPARTILHE RESPEITO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,00	8,00	7,00	6,00	8,00	7,40
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,60	6,60	6,00	7,20	6,48
Ideia Criativa	30	16,40	19,80	19,80	16,80	21,60	18,88
Estratégia de Mídia	15	7,80	9,00	9,00	7,80	10,80	8,88
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							41,64

Raciocínio Básico: A concorrente apresentou uma boa compreensão das características do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Entretanto, a compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico e a compreensão das relações do Governo com seus públicos foram avaliadas por esta subcomissão técnica como boa a regular. Assim, a nota média foi 7,40.

Estratégia de Comunicação Publicitária: Inicialmente, o conceito "NO TRÂNSITO AS HISTÓRIAS SE CRUZAM. COMPARTILHE RESPEITO" pode parecer adequado ao problema específico de comunicação. Entretanto, apesar da alusão à malha viária óbvia, esta subcomissão técnica avaliou que a frase "compartilhe respeito" não estava se encaixando bem. Os desdobramentos apresentados também foram muito vagos e não despertaram interesse. A nota média deste quesito foi 6,48.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentada pela concorrente teve uma adequação regular ao problema específico de comunicação. A ideia apresentada foca muito nos agentes do trânsito, alguns dos principais focos de atenção que foram colocados no briefing (como o celular; o cinto de segurança; o capacete para motociclistas, alcoolemia) não foram trabalhados de forma direta no VT e no spot apresentado, que são as principais peças de grande alcance do público. A originalidade e os desdobramentos comunicativos também foram considerados por esta subcomissão como regulares. Portanto, a nota média foi 18,88. Ressaltamos que uma boa ideia criativa é aquela capaz de transmitir e conquistar o público-alvo com uma mensagem. Ela deve seguir um propósito, estabelecido pelo briefing, e despertar interesse. Uma campanha persuasiva e eficiente precisa ser original, oportuna, constante e motivadora para se destacar entre as demais.

Estratégia de Mídia: A economicidade do plano de mídia apresentado neste quesito foi considerada regular. Ressaltamos que as peças VT e spot possuem formatos limitadores e com custo mais alto em decorrência do seu tempo (VT de 45" e spot de 90"). A concorrente demonstrou razoável conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e regular capacidade analítica dos mesmos. A nota média foi 8,88.

Lote 01 - Conceito: **QUEM TÁ NA RUA PEDE RESPEITO.**

Lote 1 - Conceito: "QUEM TÁ NA RUA PEDE RESPEITO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,00	8,00	7,60	6,00	6,00	7,12
Estratégia de Comunicação	10	4,80	6,00	6,00	4,80	6,00	5,52
Ideia Criativa	30	20,00	20,00	20,00	14,40	18,60	18,60
Estratégia de Mídia	15	7,80	9,00	9,00	6,60	6,60	7,80
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							39,04

Raciocínio Básico: A licitante buscou informações no site do Governo do Estado e em matérias publicadas pela imprensa estadual. Entretanto, a compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária, bem como a compreensão do problema específico de comunicação foram regulares. Pela avaliação geral desta subcomissão técnica, o quesito Raciocínio Básico recebeu nota média 7,12.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Estratégia de Comunicação Publicitária: Esta subcomissão técnica, após cuidadosa avaliação, considerou que o conceito "Quem tá na rua pede respeito" não traduz de forma clara a principal questão apresentada no briefing e objeto de trabalho do Detran-ES: o trânsito. O subitem sobre a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito foi classificado como regular ou como não atendido pelos avaliadores. Assim, a nota média do quesito foi 5,52.

Ideia Criativa: Com exceção do folder, que é direcionado a um público restrito, as peças apresentadas não abordam os seis principais problemas de trânsito abordados no briefing: o uso do celular; a falta do cinto de segurança; falta do capacete para motociclistas; uso irregular ou não uso da cadeirinha para crianças; o excesso/controlado de velocidade e a alcoolemia. Assim, a adequação da ideia criativa ao problema específico de comunicação foi regular. A abordagem do problema de comunicação foi superficial e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados, também foi avaliado como regular. A nota média foi 18,60.

Estratégia e Mídia: A mídia tem a função de tornar acessível a mensagem publicitária que se deve passar ao público. Dessa forma, é de extrema importância que se conheça os hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários apresentados no briefing. Esta subcomissão técnica avaliou como regular este conhecimento por parte da licitante. Além disso, a estratégia de mídia apresentada foi considerada pouco inovadora. A nota média foi 7,80.

Lote 01 - Conceito: NÃO SEJA COMO O IMPRUDÊNCIA. RESPEITE AS LEIS DE TRÂNSITO SEM ESQUECER A BOA EDUCAÇÃO.

Lote 1 - Conceito: "NÃO SEJA COMO O IMPRUDÊNCIA. RESPEITE AS LEIS DE TRÂNSITO SEM ESQUECER A BOA EDUCAÇÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	9,40	7,60	7,60	8,00	8,00	8,12
Estratégia de Comunicação	10	8,00	8,00	8,00	8,60	6,60	7,84
Ideia Criativa	30	24,00	23,20	23,20	23,60	20,60	22,92
Estratégia de Mídia	15	9,60	10,80	10,80	7,80	8,40	9,48
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							48,36

Raciocínio Básico: O quesito raciocínio básico apresentado demonstrou que a concorrente teve boa compreensão das características do Espírito Santo e das Ata de Reunião – Concorrência N.º 001/2017



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária, bem como boa compreensão do problema específico de comunicação. O texto apresenta os avanços obtidos nos últimos anos, apesar da crise político-econômica que assola o país, e a importância do diálogo como ferramenta de aproximação da sociedade pela atual gestão. A nota média foi 8,12.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito apresentado pela concorrente - "NÃO SEJA COMO O IMPRUDÊNCIO. RESPEITE AS LEIS DE TRÂNSITO SEM ESQUECER A BOA EDUCAÇÃO" - foi considerado por esta subcomissão como tendo boa adequação ao problema específico de comunicação expresso no briefing. Também foi apresentada uma boa consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa. Assim, a nota média do quesito foi 7,84.

Ideia Criativa: A ideia criativa foi avaliada como tendo boa originalidade e multiplicidade de interpretações favoráveis. Entretanto, a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos foi avaliada como boa a regular, assim como a cobertura dos segmentos de público. Ressaltamos aqui a importância da segmentação para transmitir a mensagem expressa no briefing, já que o próprio briefing traz diferentes perfis de agentes de trânsito, que possuem diferentes comportamentos e hábitos de leitura e audição. A nota média foi 22,92.

Estratégia de Mídia: Apesar de demonstrar bom conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e boa capacidade analítica desses hábitos, a licitante não demonstrou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. Portanto, a nota média foi 9,48.

Lote 01 - Conceito: UM TRÂNSITO MAIS HUMANO PASSA PELA REVISÃO DAS NOSSAS ATITUDES.

Lote 1 - Conceito: "UM TRÂNSITO MAIS HUMANO PASSA PELA REVISÃO DAS NOSSAS ATITUDES"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,60	7,00	7,20	8,00	8,00	7,56
Estratégia de Comunicação	10	6,80	6,60	6,80	7,80	7,80	7,16
Ideia Criativa	30	18,00	20,00	20,00	20,80	23,00	20,36
Estratégia de Mídia	15	8,40	9,60	9,60	11,40	11,40	10,08
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							45,16



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Raciocínio Básico: Em seu texto introdutório, a concorrente ressalta o papel de destaque do Espírito Santo. Discorre também sobre os programas de Governo que são os pilares da atual administração, como Ocupação Social e Escola Viva. A licitante demonstrou boa compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária, assim como boa acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual. O quesito Raciocínio Básico recebeu nota média 7,56.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A estratégia de comunicação publicitária tem o objetivo de apresentar, pela licitante, as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos expressos no Briefing. Deve explicitar e defender o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamenta a proposta de solução publicitária. Esta subcomissão técnica avaliou como boa a adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação. Já a argumentação apresentada em sua defesa poderia ter mais pertinência. Assim, a nota média foi 7,16.

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentada pela licitante apresentou boa adequação ao problema específico de comunicação. As peças abordam os seis focos de atenção expostos no briefing: o celular; o cinto de segurança; o capacete para motociclistas; a cadeirinha para crianças; o excesso/controlado de velocidade e a alcoolemia. Os desdobramentos comunicativos, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados, foram considerados regulares. Esta subcomissão técnica avaliou que a cobertura de público almejada pelas peças apresentadas na ideia criativa poderia ser maior, já que o principal foco foi o jovem, que representa apenas parte dos agentes do trânsito. A nota média foi 20,36.

Estratégia de Mídia: O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica dos mesmos foram avaliados como regular. Além disso, faltou inovação na estratégia de mídia. A nota média foi 10,08.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 02

Lote 02 - Conceito: **PAES. REESCREVENDO A EDUCAÇÃO HOJE, PARA UM AMANHÃ COM MAIS OPORTUNIDADES.**

Lote 2 - Conceito: "PAES. REESCREVENDO A EDUCAÇÃO HOJE, PARA UM AMANHÃ COM MAIS OPORTUNIDADES"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,60	8,00	7,60	7,40	7,40	7,80
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	6,60	6,00	6,12
Ideia Criativa	30	16,20	18,00	19,40	14,20	13,40	16,24
Estratégia de Mídia	15	9,60	9,00	9,00	8,40	7,80	8,76
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							38,92

Raciocínio Básico: A concorrente apresentou uma boa compreensão das características do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Entretanto, a compreensão do problema específico de comunicação foi considerado por esta subcomissão técnica como de bom a regular. A nota média foi 7,80.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito apresentado pela licitante mostrou-se adequado ao problema de comunicação explicitado no briefing. Entretanto, a argumentação de sua defesa poderia ter sido melhor amparada, sendo considerada regular. Assim, a nota média foi 6,12.

Ideia Criativa: A concorrente apresentou uma ideia criativa adequada ao problema específico de comunicação, mas pouco original na combinação dos elementos que a constituem. A cobertura dos segmentos de público ensejada pela ideia criativa foi regular. Dessa forma, o quesito foi avaliado por esta subcomissão técnica como pouco impactante. Ressaltamos, aqui, que uma boa ideia criativa é aquela que se destaca, seja pela forma, pelo ou apresentação. Precisa ser atual, envolvente, passar credibilidade e atender aos desejos e necessidades do público-alvo almejado pelo briefing. A nota média foi 16,24.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia foi avaliada como pouco criativa e inovadora, apesar da licitante demonstrar ter bom conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. A economicidade da



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças, foi considerada regular. A nota média foi 8,76.

Lote 02 - Conceito: **O FUTURO DA EDUCAÇÃO SE ESCREVE COM MUITAS MÃOS.**

Lote 2 - Conceito: "O FUTURO DA EDUCAÇÃO SE ESCREVE COM MUITAS MÃOS"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,40	7,40	7,00	7,40	7,40	7,32
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,60	8,00	8,00	6,92
Ideia Criativa	30	17,40	16,80	18,60	22,60	22,60	19,60
Estratégia de Mídia	15	9,00	9,60	10,20	12,00	12,00	10,56
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							44,40

Raciocínio Básico: O raciocínio básico exposto pela licitante apresentou boa compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Entretanto, os outros subitens deste quesito tiveram deficiências que comprometeram o restante do processo de criação do plano de comunicação. A nota média foi 7,32.

Estratégia de Comunicação Publicitária: As falhas no raciocínio básico interferiram na construção da estratégia de comunicação publicitária. A adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação foi avaliado como bom a regular. Assim, a nota média foi 6,92.

Ideia Criativa: A ideia criativa foi pouco original. A cobertura dos segmentos de públicos não alcança a todos os focos do briefing, sendo apenas regular. A exequibilidade das peças é boa a regular. A nota média foi 19,60. Colocamos, aqui, que a ideia criativa, especialmente neste briefing, precisa apresentar um caráter persuasivo, a fim de obter efeitos concretos a respeito do comportamento dos públicos-alvo. Ela precisa trazer uma mensagem relevante, de uma forma empática, para alcançar os objetivos estabelecidos.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia está fortemente ligada a parte final do processo de comunicação publicitária, onde são escolhidos quais as melhores mídias para determinadas mensagens, não podendo esquecer o público-alvo. Não



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

existe uma mensagem publicitária sem um meio, um suporte, ou melhor, uma mídia. Por isso, conhecer os hábitos de audiência e leitura do público exposto no briefing é de suma importância. O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários demonstrado na estratégia de mídia foi bom a regular, assim como a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. A nota média foi 10,56.

Lote 02 - Conceito: **ESPÍRITO SANTO UNIDO PELA EDUCAÇÃO.**

Lote 2 - Conceito: "ESPÍRITO SANTO UNIDO PELA EDUCAÇÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,60	8,00	8,00	8,00	8,00	8,12
Estratégia de Comunicação	10	6,60	8,00	8,60	8,60	8,60	8,08
Ideia Criativa	30	21,40	22,20	23,40	24,00	24,00	23,00
Estratégia de Mídia	15	9,60	10,20	10,20	10,80	10,20	10,20
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							49,40

Raciocínio Básico: A licitante demonstrou boa compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a publicidade do Governo, bem como boa compreensão do problema específico de comunicação. A compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico e da relação do Governo com seus públicos foi boa. A nota média foi 8,12.

Estratégia de Comunicação Publicitária: Esta subcomissão técnica avaliou o conceito apresentado como adequado ao problema específico de comunicação. A estratégia apresentou boas argumentações para sua defesa e também bons desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos. Assim, a nota média foi 8,08.

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentou um bom conteúdo, sendo adequada ao problema específico de comunicação. As peças demonstram boa exequibilidade e pertinência às atividades do Poder Executivo Estadual. A cobertura dos segmentos de público ensejada foi considerada de boa a regular. A nota média foi 23,00.

Estratégia de Mídia: O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários demonstrado pela licitante na estratégia de mídia



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

foi bom, mas a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos foi regular. A nota média foi 10,20.

Lote 02 - Conceito: O FUTURO DA EDUCAÇÃO DEPENDE DE ESCOLHAS E COLABORAÇÃO.

Lote 2 - Conceito: "O FUTURO DA EDUCAÇÃO DEPENDE DE ESCOLHAS E COLABORAÇÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Ideia Criativa	30	10,80	10,80	12,60	12,60	11,40	11,64
Estratégia de Mídia	15	7,80	7,80	5,40	5,40	5,40	6,36
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							31,00

Raciocínio Básico: A licitante teve uma compreensão regular do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual, o que prejudicou a construção do seu raciocínio básico. A compreensão do papel do Governo do Estado no atual contexto social, político e econômico também foi regular. A nota média foi 7,00.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A concorrente apresentou um conceito pouco original e considerado por esta subcomissão como vago. A argumentação em sua defesa e os desdobramentos positivos do conceito foram regulares. Ressaltamos que o quesito estratégia de comunicação publicitária é de extrema importância para embasar todo o trabalho que será apresentado a frente. É o momento de expor a proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos expressos no Briefing. Assim, a nota média foi 6,00.

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentada mostrou-se pouco adequada ao problema específico de comunicação. Falta originalidade nas peças corporificadas, que partem para o lugar comum da educação, com ícones que são senso comum, na falha tentativa de modernizar a proposta. A cobertura dos segmentos de público ensejada pelos desdobramentos apresentados não atendeu o exposto no briefing. Dessa forma, a nota média foi 11,64.

Estratégia de Mídia: A licitante apresentou regular conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. A capacidade analítica



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

evidenciada no exame desses hábitos foi fraca e a estratégia de mídia foi pouco criativa e inovadora. A nota média foi 6,36.

Lote 02 - Conceito: **PACTO PELA APRENDIZAGEM NO ES. TODOS PRESENTES POR UMA ESCOLA MELHOR.**

Lote 2 - Conceito: "PACTO PELA APRENDIZAGEM NO ES. TODOS PRESENTES POR UMA ESCOLA MELHOR"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,00	6,80	7,00	7,00	7,40	7,04
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,80	6,00	6,00	6,00	6,16
Ideia Criativa	30	18,00	18,60	18,60	13,80	13,80	16,56
Estratégia de Mídia	15	9,00	9,00	6,60	6,60	6,60	7,56
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							37,32

Raciocínio Básico: A licitante apresentou um raciocínio básico com bom entendimento das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. A compreensão do problema específico de comunicação exposto no briefing foi considerada fraca. A nota média foi 7,04.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito estabelecido na estratégia de mídia é o norte da criação e o que constrói uma unidade para todas as peças. O conceito apresentado pela licitante mostrou-se adequado ao problema de comunicação do briefing. Mas a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa, bem como os desdobramentos desse conceito, foram regulares. Assim, a nota média foi 6,16.

Ideia Criativa: As falhas da estratégia de comunicação publicitária influenciaram no desenvolvimento da ideia criativa. As peças deixaram a desejar, com pouca originalidade e não adequação ao problema específico de comunicação. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta foi regular, bem como os desdobramentos comunicativos. A nota média foi 16,56.

Estratégia de Mídia: A licitante demonstrou pouca capacidade analítica dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. A estratégia de mídia teve uma economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

plano simulado de distribuição de peças, regular. Também foi considerado pouco original e inovador. A nota média foi 7,56.

Lote 02 - Conceito: **PAES. ESCRREVENDO JUNTOS A NOVA EDUCAÇÃO DO ESPÍRITO SANTO.**

Lote 2 - Conceito: "PAES. ESCRREVENDO JUNTOS A NOVA EDUCAÇÃO DO ESPÍRITO SANTO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	9,60	9,20	8,60	8,60	8,00	8,80
Estratégia de Comunicação	10	10,00	9,40	8,80	10,00	9,20	9,48
Ideia Criativa	30	28,80	26,60	24,00	27,40	26,00	26,56
Estratégia de Mídia	15	13,80	12,60	12,00	12,60	12,00	12,60
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							57,44

Raciocínio Básico: A licitante teve uma boa compreensão do briefing, desenvolvendo um raciocínio básico consistente, avaliado por esta subcomissão técnica como bom. A natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos poderia ter sido melhor explorada. A nota média foi 8,80.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A estratégia de comunicação segue o bom desenvolvimento do raciocínio básica, com um conceito avaliado como bom a ótimo. O conceito teve uma boa defesa e consistência lógica, bem como uma boa riqueza de desdobramentos positivos. Assim, a nota média foi 9,48.

Ideia Criativa: Apesar de utilizar ícones que são senso comum na educação, como o lápis, a mensagem direta e a forma como a ideia criativa foi construída mostrou originalidade da combinação dos elementos que a constituem e simplicidade da forma sob a qual se apresenta. A licitante também consegue uma boa cobertura dos segmentos de público, criando peças específicas para uma comunicação direta com os gestores municipais, que fazem parte do público prioritário. A nota média foi 26,56.

Estratégia de Mídia: A concorrente apresentou uma boa estratégia de mídia e não mídia, com peças de mídias digitais e peças voltadas especificamente para os gestores municipais, divulgando o PAES e incentivando a adesão ao pacto,



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

dialogando com todos os públicos solicitados no briefing. Teve boa consistência do plano simulado de distribuição das peças. A nota média foi 12,60.

Lote 02 - Conceito: **COM O PAES, GOVERNO E PREFEITURAS VÃO MUDAR O QUADRO DA EDUCAÇÃO.**

Lote 2 - Conceito: "COM O PAES, GOVERNO E PREFEITURAS VÃO MUDAR O QUADRO DA EDUCAÇÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	6,60	6,40	6,60	6,80	7,00	6,68
Estratégia de Comunicação	10	4,40	6,00	6,00	4,40	6,00	5,36
Ideia Criativa	30	11,80	14,80	14,80	11,80	13,00	13,24
Estratégia de Mídia	15	7,80	7,80	7,80	7,80	7,80	7,80
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							33,08

Raciocínio Básico: A compreensão do problema específico de comunicação e do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico foi regular. Essa falta de compreensão prejudica toda a estrutura do plano, interferindo na estratégia de comunicação. A nota média foi 6,68.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A falta de compreensão do briefing interferiu diretamente na estratégia de comunicação. Dessa forma, o conceito apresentado pela licitante foi avaliado por esta subcomissão técnica como regular a não atendeu. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa e a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito também foram regulares. Assim, a nota média foi 5,36.

Ideia Criativa: Mais uma vez a falta de compreensão do briefing interferiu diretamente na criação, sem adequação ao problema específico de comunicação. A falta de originalidade dos elementos e a exequibilidade das peças também foram destacadas por esta subcomissão técnica. A nota média foi 13,24.

Estratégia de Mídia: A licitante demonstrou regular conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos foi fraca e a estratégia de mídia foi pouco criativa e inovadora. A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças, também foi regular. A nota média foi 7,80.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 03

Lote 03 - Conceito: **JOVEM SÓ PRECISA DE UM EMPURRÃOZINHO PRA COMEÇAR E APOIO PRA SEGUIR.**

Lote 3 - Conceito: "JOVEM SÓ PRECISA DE UM EMPURRÃOZINHO PRA COMEÇAR E APOIO PRA SEGUIR"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	6,60	6,40	6,60	7,00	7,00	6,72
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	7,20	6,00	6,24
Ideia Criativa	30	12,40	14,00	14,00	12,40	12,40	13,04
Estratégia de Mídia	15	7,80	7,80	7,80	7,80	7,80	7,80
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							33,80

Raciocínio Básico: O diagnóstico construído no raciocínio básico foi avaliado entre bom e regular. Apontou alguns desafios enfrentados pelo Governo e características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Entretanto, deixou a desejar na compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado com seus públicos. A nota média foi 6,72.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito "Jovem só precisa de um empurrãozinho pra começar e apoio pra seguir" é regular, não despertando muito interesse. A defesa e os desdobramentos apresentados foram rasos, faltando argumentação e riqueza. A nota média foi 6,24.

Ideia Criativa: A ideia criativa falta originalidade dos elementos que a constituem. O evento proposto segue formato de ação já realizada anteriormente pelo programa Ocupação Social. A cobertura dos segmentos de públicos expostos como prioritários no briefing é fraca. Durante o texto, falam sobre o PAES, tema do lote 2, confundindo os briefings. A nota média foi 13,04.

Estratégia de Mídia: A licitante propõe alto custo de investimento na produção da campanha (31,34% para produção + 7,91% de custos internos). Assim, a economicidade da aplicação de verba foi considerada regular. Faltou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. A nota média foi 7,80.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 03 - Conceito: **CHEGAR AO TOPO SEGUINDO A SUA VOCAÇÃO.**

Lote 3 - Conceito: "CHEGAR AO TOPO SEGUINDO A SUA VOCAÇÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Ideia Criativa	30	14,00	15,60	15,60	15,60	16,80	15,52
Estratégia de Mídia	15	9,00	9,00	9,00	9,00	7,80	8,76
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							37,88

Raciocínio Básico: A licitante teve uma boa acuidade da compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Assim também foi com a compreensão do problema específico de comunicação, entretanto a compreensão da qualidade das relações do Governo com seus públicos foi regular. Assim, a nota média foi 7,60.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A estratégia de comunicação foi avaliada por esta subcomissão técnica como regular. O conceito apresentado não é atrativo para o principal público do programa Ocupação Social, que é formado por jovens em regiões de alta vulnerabilidade social. A sua defesa e os desdobramentos também foram fracos. Assim, a nota média foi 6,00.

Ideia Criativa: A ideia criativa foi prejudicada pela fraca construção da estratégia de comunicação, com pouca originalidade da combinação dos elementos que a constituem. A cobertura dos segmentos de público é restrita/insuficiente, com desdobramentos comunicativos regulares. A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos não atendeu o esperado. A nota média foi 15,52. Vale ressaltar que a licitante não entendeu o papel de cada um dos órgãos atuantes no programa Ocupação Social, o que demonstrou falta de pesquisa. Além disso, apresenta um slogan a ser utilizado na campanha, sendo que desde 2015 o Governo do Estado propôs uma emenda constitucional, conhecida como PEC da Impessoalidade, que proíbe que órgãos públicos do Espírito Santo usem logomarcas, slogans, cores, frases e símbolos que possam ser associados a uma determinada gestão.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia e não mídia foi avaliada como regular. A licitante demonstrou pouco conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e poderia ter feito análise mais substancial desses hábitos. A estratégia foi pouco criativa e inovadora. A nota média foi 8,76.

Lote 03 - Conceito: **EU SIGO E CONSIGO.**

Lote 3 - Conceito: "EU SIGO E CONSIGO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Estratégia de Comunicação	10	10,00	9,40	9,40	10,00	8,00	9,36
Ideia Criativa	30	29,40	26,00	26,00	29,40	23,80	26,92
Estratégia de Mídia	15	13,20	11,40	10,80	13,20	10,20	11,76
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							56,04

Raciocínio Básico: O raciocínio básico foi bem construído, demonstrando entendimento do briefing. A licitante teve uma boa compreensão do problema específico de comunicação, bem como da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. Assim, a nota média foi 8,00.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação foi avaliada por esta subcomissão como ótima a boa. A defesa do conceito teve uma boa consistência lógica e uma boa riqueza de desdobramentos positivos. A nota média foi 9,36.

Ideia Criativa: A ideia criativa tem um bom conteúdo, sendo atrativa ao público jovem, que é o principal público do programa Ocupação Social. É apresentada de forma simples e bem adequada ao problema específico de comunicação. As peças trabalham as diversas vertentes do programa, o que gera uma boa cobertura dos públicos. As peças apresentadas também possuem uma ótima exequibilidade. A nota média foi 26,92.

Estratégia De Mídia: A estratégia de mídia apresentou um bom conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. A licitante realizou uma boa análise desses hábitos. A economicidade da aplicação da verba



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças foi avaliada como de boa a regular. A nota média foi 11,76.

Lote 03 - Conceito: **OCUPAÇÃO SOCIAL. O LUGAR QUE A GENTE OCUPA NO MUNDO OCUPA A VIDA DA GENTE.**

Lote 3 - Conceito: "OCUPAÇÃO SOCIAL. O LUGAR QUE A GENTE OCUPA NO MUNDO OCUPA A VIDA DA GENTE"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	5,80	6,20	5,80	5,80	7,00	6,12
Estratégia de Comunicação	10	8,00	6,00	6,00	8,00	6,00	6,80
Ideia Criativa	30	24,00	18,00	18,00	24,00	19,20	20,64
Estratégia de Mídia	15	12,00	9,00	9,00	12,00	9,00	10,20
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							43,76

Raciocínio Básico: A concorrente não teve boa compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual. As características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária foram bem construídas, demonstrando bom entendimento. O papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico poderia ser melhor explorado. A nota média foi 6,12.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação foi avaliado por esta subcomissão técnica como regular a bom. Assim também foram avaliadas a defesa e sua consistência lógica e a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito. A nota média foi 6,80.

Ideia Criativa: A licitante apresentou uma boa estratégia criativa, de forma simples e com boa compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos. A proposta poderia trazer mais originalidade e melhores desdobramentos comunicativos. Assim, a nota média foi 20,64.

Estratégia de Mídia: A concorrente demonstrou conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários bom a regular. Da mesma forma foi avaliada, por esta subcomissão técnica, a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. A estratégia de mídia e não mídia poderia ser mais inovadora. A nota média foi 10,20.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 03 - Conceito: **O MELHOR DA RUA É O CAMINHO QUE VOCÊ ESCOLHE.**

Lote 3 - Conceito: "O MELHOR DA RUA É O CAMINHO QUE VOCÊ ESCOLHE"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,00	7,40	7,00	7,00	7,60	7,20
Estratégia de Comunicação	10	4,80	4,80	6,00	4,80	6,60	5,40
Ideia Criativa	30	16,80	16,80	18,00	16,80	21,60	18,00
Estratégia de Mídia	15	6,60	6,60	6,60	6,60	9,00	7,08
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							37,68

Raciocínio Básico: A licitante construiu um raciocínio básico fraco, deixando a desejar na compreensão do problema específico de comunicação exposto no briefing. Teve boa compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico. A nota média foi 7,20.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito apresentado não traduz adequadamente o programa Ocupação Social e nem o objetivo de comunicação estabelecido no briefing. A argumentação para a defesa do conceito e os desdobramentos apresentados também foram insuficientes. A nota média foi 5,40.

Ideia Criativa: A licitante teve pouca originalidade para construir a ideia criativa. Falta pertinência às atividades do Poder Executivo Estadual e sua inserção na sociedade. A ação sugerida com a van, utilizando a gíria "firma milionária" pode não alcançar o objetivo pensado pela agência, já que a gíria é negativa e voltada para um estilo de vida ostentador, que não condiz com o programa Ocupação Social. Assim, a nota média foi 18,00.

Estratégia de Mídia: A licitante propõe alto custo de investimento na produção da campanha (25,45% para produção de terceiros + 11,88% para criação). Falta economicidade e criatividade nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. Ressaltamos que um bom planejamento de mídia pode ser responsável pelo sucesso de uma campanha e pelo retorno que ela vai gerar. A nota média foi 7,08.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 03 - Conceito: **OCUPAÇÃO SOCIAL. EU VIRO O JOGO E MUDO MINHA HISTÓRIA.**

Lote 3 - Conceito: "OCUPAÇÃO SOCIAL. EU VIRO O JOGO E MUDO MINHA HISTÓRIA"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,00	7,60	8,00	8,00	8,00	7,92
Estratégia de Comunicação	10	8,00	8,80	8,80	9,60	8,00	8,64
Ideia Criativa	30	27,40	23,40	23,40	27,40	24,60	25,24
Estratégia de Mídia	15	12,60	11,40	11,40	12,60	11,40	11,88
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							53,68

Raciocínio Básico: A concorrente demonstrou entendimento sobre o problema de comunicação estabelecido no briefing, contextualizando bem o cenário social, político e econômico. Também teve boa compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Portanto, a nota média foi 7,92.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A estratégia de comunicação publicitária trouxe um conceito adequado à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e ao problema de comunicação, em sintonia com o diagnóstico apresentado anteriormente. Fez boa defesa, com consistência lógica. A nota média foi 8,64.

Ideia Criativa: A ideia criativa é toda construída em cima do principal público do programa Ocupação Social: os jovens de 15 a 24 anos. Aborda as diversas vertentes do programa (renda, empreendedorismo, capacitação, esporte e lazer, cultura, melhoria urbana, saúde e proteção social). Se apresenta de forma simples e com boa compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos. Assim, a nota média foi 25,24.

Estratégia de Mídia: Bons conhecimentos dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e boa capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Poderia ter melhor economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. A nota média foi 11,88.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04

Lote 04 - Conceito: **COM O CRÉDITO BANESTES, VOCÊ PODE CONTAR.**

Lote 4 - Conceito: "COM O CRÉDITO BANESTES, VOCÊ PODE CONTAR"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	8,60	8,60	8,60	8,60	8,00	8,48
Estratégia de Comunicação	10	8,00	9,40	9,40	8,00	8,00	8,56
Ideia Criativa	30	25,80	26,00	26,00	25,40	24,00	25,44
Estratégia de Mídia	15	12,60	12,60	12,60	12,00	10,20	12,00
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							54,48

Raciocínio Básico: A licitante contextualizou muito bem as características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Também teve boa compreensão do briefing exposto no edital, do papel do Governo do Estado no atual contexto social, político e econômico, bem como boa compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. Assim, a nota média foi 8,48.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito foi apresentado de forma simples e atrativa, estando adequado à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação. O conceito teve uma defesa consistente e lógica e a estratégia de comunicação publicitária apresentou bons desdobramentos positivos do mesmo. A nota média deste quesito foi 8,56.

Ideia Criativa: A ideia criativa apresentada pela concorrente teve um bom conteúdo, trazendo grande diversificação de peças para alcançar o público-alvo estabelecido no briefing, que se encontra em todos os municípios do Espírito Santo. A ideia é condizente com a estratégia de comunicação. Foi apresentada de forma simples e com uma ótima cobertura dos segmentos de público. Vale ressaltar que uma boa ideia criativa deve ser clara, sem deixar dúvidas. Também deve contribuir para fixar a marca na mente do público-alvo, além de chamar a atenção do receptor e de passar uma mensagem de forma original. Nesse caso, a licitante cumpriu boa parte desses atributos e, portanto, a nota média foi 25,44.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Estratégia de Mídia: A licitante demonstra bons conhecimentos dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. Também teve uma boa capacidade analítica desses hábitos. Poderia ter melhor economicidade da aplicação da verba de mídia. A nota média foi 12,00.

Lote 04 - Conceito: **O BANESTES TE DÁ O MAIOR CRÉDITO.**

Lote 4 - Conceito: "O BANESTES TE DÁ O MAIOR CRÉDITO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,60	8,00	7,60	7,60	7,00	7,56
Estratégia de Comunicação	10	6,60	7,40	7,40	6,00	8,00	7,08
Ideia Criativa	30	18,00	19,40	19,40	18,60	20,60	19,20
Estratégia de Mídia	15	9,00	10,20	10,20	10,20	9,60	9,84
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							43,68

Raciocínio Básico: A concorrente estruturou bem o raciocínio básico, com boa compreensão das características do Espírito Santo e do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual. Não teve clareza na compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A nota média foi 7,56.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito apresentado foi avaliado como bom a regular por esta subcomissão técnica. Vale ressaltar que este quesito deve explicitar e defender os principais pontos da estratégia sugerida, especialmente o que dizer, a quem, como dizer, quando o fazer e os meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas a se utilizar, o que não aconteceu neste caso. A nota média foi 7,08.

Ideia Criativa: A adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual foi boa a regular. Faltou originalidade dos elementos que compõe a ideia criativa. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta também foi regular. Poderia ser falado mais e explorado melhor os recursos próprios do Banestes. A nota média foi 19,20.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia e não mídia não demonstrou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

de comunicação. A consistência do plano simulado de distribuição das peças também foi regular. A nota média foi 9,84.

Lote 04 - Conceito: **CRÉDITO BANESTES. É MAIS DO QUE DINHEIRO. É O QUE TEM VALOR PARA VOCÊ.**

Lote 4 - Conceito: "CRÉDITO BANESTES. É MAIS DO QUE DINHEIRO. É O QUE TEM VALOR PARA VOCÊ"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,60	7,40	7,60	7,60	7,40	7,52
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	6,00	8,00	6,40
Ideia Criativa	30	18,00	18,00	18,00	18,00	19,80	18,36
Estratégia de Mídia	15	7,80	7,80	7,80	7,80	10,80	8,40
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							40,68

Raciocínio Básico: O raciocínio básico apresentou boa compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual. A concorrente também teve boa acuidade da compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico, mas poderia ter demonstrado melhor compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado com seus públicos. Desta forma, a nota média foi 7,52.

Estratégia de Comunicação Publicitária: A primeira etapa para o desenvolvimento da estratégia criativa de uma campanha é o desenvolvimento do conceito. É ele que vai estabelecer a mensagem a ser transmitida na ideia criativa. Nesse caso, o conceito foi regular, com uma defesa fraca. A nota média foi 6,40.

Ideia Criativa: O conceito pouco adequado atrapalhou o desenvolvimento da ideia criativa. Sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual foi avaliada por esta subcomissão técnica como regular. Faltou originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados, também foram regulares. A nota média foi 18,36.

Estratégia de Mídia: A licitante demonstra conhecimentos dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários regulares. Faltou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. A nota média foi 8,40.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 - Conceito: **CRÉDITO BANESTES. O CRÉDITO MAIS PERTO DE VOCÊ.**

Lote 4 - Conceito: "CRÉDITO BANESTES. O CRÉDITO MAIS PERTO DE VOCÊ"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,60	8,00	7,60	7,60	8,00	7,76
Estratégia de Comunicação	10	9,40	8,00	8,00	8,80	8,00	8,44
Ideia Criativa	30	24,60	19,20	19,20	24,60	19,20	21,36
Estratégia de Mídia	15	12,00	10,20	10,20	10,80	10,20	10,68
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							48,24

Raciocínio Básico: A licitante demonstrou bom entendimento do problema específico de comunicação. Além disso, teve boa compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A compreensão do papel do Governo do Estado no atual contexto social, político e econômico foi regular. A nota média foi 7,76.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito apresentado teve sua adequação a comunicação e ao problema específico de comunicação avaliada entre ótimo e bom por esta subcomissão. A estratégia de comunicação publicitária também trouxe uma defesa consistente e lógica e boa riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A nota média foi 8,44.

Ideia Criativa: A ideia criativa poderia ser mais original, mas trouxe boa multiplicidade de interpretações favoráveis, bem como boa cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados tiveram avaliação entre bom e regular. A nota média foi 21,36.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia e não mídia traz bons conhecimentos dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários. Entretanto, a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos foi regular. O plano de mídia é regular no quesito consistência de distribuição das peças. A nota média foi 10,68.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 – Conceito: **DE CAPIXABA PARA CAPIXABA.**

Lote 4 - Conceito: "DE CAPIXABA PARA CAPIXABA"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	7,00	7,40	7,40	8,00	7,60	7,48
Estratégia de Comunicação	10	8,00	8,00	6,00	8,00	6,00	7,20
Ideia Criativa	30	24,00	24,00	18,60	24,60	18,60	21,96
Estratégia de Mídia	15	12,00	12,00	9,00	12,00	9,00	10,80
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							47,44

Raciocínio Básico: A licitante apresenta uma leitura correta das características do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária e do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico. Entretanto, não apresenta de modo claro a compreensão do problema de comunicação. Portanto, a nota média foi 7,48.

Estratégia de Comunicação Publicitária: Conceito adequado ao problema de comunicação. A defesa poderia ter sido melhor explorada, bem como a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A nota média foi 7,20.

Ideia Criativa: A originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa deixou a desejar. A cobertura dos segmentos de público ensejada foi classificada por esta subcomissão como de boa a regular, bem como a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos. A falta de compreensão do problema de comunicação, apresentado no raciocínio básico, prejudicou todo o plano de comunicação. A nota média foi 21,96.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia e não mídia recebeu notas entre boa e regular. Faltou explorar melhor os hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários e demonstrar mais capacidade analítica dos mesmos. A nota média foi 10,80.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 – Conceito: **A PARCERIA IDEAL É AQUELA QUE NUNCA TE DEIXA NA MÃO.**

Lote 4 - Conceito: "A PARCERIA IDEAL É AQUELA QUE NUNCA TE DEIXA NA MÃO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	6,00	7,00	7,00	6,00	6,60	6,52
Estratégia de Comunicação	10	4,80	6,00	6,00	4,80	6,00	5,52
Ideia Criativa	30	8,80	10,00	10,00	8,80	13,80	10,28
Estratégia de Mídia	15	5,40	5,40	7,80	5,40	7,80	6,36
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							28,68

Raciocínio Básico: A concorrente apresentou um raciocínio básico mediano, com pouca compreensão das características do Estado, do problema específico de comunicação e da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A nota média foi 6,52.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O conceito proposto pela licitante foi avaliado como regular. Faltou uma boa argumentação de sua construção e de como a mensagem publicitária seria adequada ao problema de comunicação. A nota média foi 5,52.

Ideia Criativa: A ideia criativa não foi adequada ao problema específico de comunicação do Poder Executivo Estadual. A mensagem principal, construída por meio do conceito estabelecido na estratégia de comunicação publicitária, não passa uma ideia clara do que se trata a campanha. Falta originalidade dos elementos e a cobertura dos segmentos de público ensejada não atendeu o estabelecido no briefing. A nota média foi 10,28.

Estratégia de Mídia: A estratégia não apresentou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. A consistência do plano simulado de distribuição das peças e a capacidade analítica dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários também foram insuficientes. A nota média foi 6,36.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 – Conceito: **SE VOCÊ PRECISA DE CRÉDITO, CONTE PRA GENTE. E CONTE COM A GENTE.**

Lote 4 - Conceito: "SE VOCÊ PRECISA DE CRÉDITO, CONTE PRA GENTE. E CONTE COM A GENTE"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	6,00	6,40	6,60	6,00	7,40	6,48
Estratégia de Comunicação	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,60	6,12
Ideia Criativa	30	18,60	19,20	19,20	19,20	15,40	18,32
Estratégia de Mídia	15	10,80	10,80	10,80	10,80	9,00	10,44
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							41,36

Raciocínio Básico: A licitante apresentou um raciocínio básico fraco. Faltou compreensão das características do Estado, do problema específico de comunicação e da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo Estadual com seus públicos. A nota média foi 6,48.

Estratégia de Comunicação Publicitária: O fraco desempenho no raciocínio básico influenciou negativamente a compreensão do problema de comunicação e, conseqüentemente, a elaboração de uma estratégia de comunicação publicitária. De modo geral, o texto deve abordar a proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no Briefing, o que foi feito de forma superficial. A nota média foi 6,12.

Ideia Criativa: A originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa foi regular, bem como a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. Faltou pertinência às atividades do Poder Executivo Estadual e sua inserção na sociedade. A nota média foi 18,32.

Estratégia de Mídia: A estratégia de mídia e não mídia não apresentou criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação. A consistência do plano simulado de distribuição das peças e a capacidade analítica dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários foram boas. A nota média foi 10,44.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 – Conceito: **COM O BANESTES VOCÊ SEGUE EM FRENTE.**

Lote 4 - Conceito: "COM O BANESTES VOCÊ SEGUE EM FRENTE"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	6,00	7,00	6,60	6,00	6,00	6,32
Estratégia de Comunicação	10	2,00	3,20	3,20	3,60	3,20	3,04
Ideia Criativa	30	10,80	12,00	12,00	10,80	12,00	11,52
Estratégia de Mídia	15	5,40	5,40	6,60	4,20	6,60	5,64
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							26,52

RACIOCÍNIO BÁSICO: A licitante cita o desenvolvimento do Espírito Santo, mesmo em meio à crise que tem assolado o país nos últimos anos. Entretanto, não teve boa compreensão do papel do Poder Executivo Estadual no atual contexto social, político e econômico. Também faltou entendimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado com seus públicos e melhor compreensão do problema específico de comunicação. Portanto, a nota média foi 6,32.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: O conceito não se mostrou adequado à natureza e qualificação do Poder Executivo Estadual e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação. O conceito não deixa claro como o Banestes vai ajudar seus clientes a "seguir em frente". A defesa não apresentou consistência lógica e pertinência e também faltou riqueza de desdobramentos positivos. A nota média deste quesito foi 3,04.

IDEIA CRIATIVA: O fraco desenvolvimento da estratégia de comunicação publicitária, com um conceito que não atendeu ao solicitado no briefing, prejudicou o desenvolvimento da ideia publicitária. Assim, ela não estava adequada ao problema de comunicação. Também faltou originalidade e simplicidade na apresentação das peças. Além disso, elas não tinham linguagem compatível com os meios propostos. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta foi regular. Dessa forma, nota média foi 11,52.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA: A estratégia de mídia não apresentou criatividade e inovação nas soluções para atingir os objetivos de comunicação. Faltou economicidade e consistência do plano simulado de distribuição de peças. A nota média foi 5,64.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Lote 04 – Conceito: **CRÉDITO BANESTES. PRA VOCÊ MUDAR TUDO.**

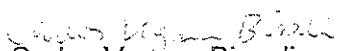
Lote 4 - Conceito: "CRÉDITO BANESTES. PRA VOCÊ MUDAR TUDO"							
Quesito	Pontuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média Final
Raciocínio Básico	10	-	-	-	-	-	-
Estratégia de Comunicação	10	-	-	-	-	-	-
Ideia Criativa	30	-	-	-	-	-	-
Estratégia de Mídia	15	-	-	-	-	-	-
Pontuação Total - Estratégia de Comunicação Publicitária							-

A concorrente responsável pelo conceito "Crédito Banestes. Pra você mudar tudo" foi desclassificada por estar subcomissão técnica em decorrência do descumprimento do item 7.14, alínea "c", observando o disposto no item 8.17, ambos do edital de concorrência Nº 001/2017.

Diante do exposto, a Subcomissão Técnica entende por ter sido prestados os esclarecimentos ora requisitados, remetendo a presente ata a CAEL/SECOM para os fins de direito.

Vitória/ES, 10 de julho de 2018.


Carine da Silva Cardoso


Carlos Vagner Bissoli


Jesley de Barros


Karla Danielle Mendes Secatto


Margô Devos Paranhos

Consulta Processual/TJES**Não vale como certidão.**

Processo : **0001032-42.2018.8.08.0024** Petição Inicial : **201800045186** Situação : **Tramitando**
 Ação : **Mandado de Segurança** Natureza : **Fazenda Estadual** Data de Cadastro: **16/01/2018**
 Valor : **R\$ 10.000,00**
 Vara : **VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE**

Distribuição

Data : **16/01/2018 12:58** Motivo : **Distribuição por sorteio**

Partes do Processo**Autoridade coatora**

COMISSAO ADM ESP DE LICIT DA SUPERIN EST DE COM SOCI SECOM

Impetrante

A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA
 14469/ES - BARBARA DALLA BERNARDINA LACOURT

Andamentos

13/07/2018 **Conclusos para despacho**
 09/07/2018 **Ato ordinatório praticado AC**
 09/07/2018 **Juntada de Petição de Petição (outras) 201800961144**
 05/07/2018 **Petição recebida 201800961144**
 05/07/2018 **Protocolizada Petição 201800961144 Petição (outras) -**
 13/06/2018 **Ato ordinatório praticado EXP.OFICIO**
 13/06/2018 **Juntada de Petição de Petição (outras) 201800817452**
 08/06/2018 **Petição recebida 201800817452**
 08/06/2018 **Protocolizada Petição 201800817452 Petição (outras) -**
 07/06/2018 **Ato ordinatório praticado EXP. OFICIO**
 04/06/2018 **Proferido despacho de mero expediente Assim, DETERMINO: A) ante o lapso temporal, requirite-se os mandados de citação expedidos às fls. 1.741, referente aos licitantes AMPLA COMUNICAÇÃO, ARTCOM, SET COMUNICAÇÃO e CONSÓRCIO PRISMA/BINDER, devidamente cumpridos; B) CITE-SE a licitante FAZENDA COMUNICAÇÃO E MARKETING, por aviso de recebimento (AR); e, C) Sem prejuízo, ante o teor do r. despacho proferido pelo Eminent Desembargador Relator (fls. 1.773), referente a possibilidade da via conciliatória postulado pelo ente público, INTIME-SE o Estado do Espírito Santo para que informe se tem interesse na audiência conciliatória entre Estado e o impetrante e/ou entre o Estado, o impetrante e demais licitantes, no prazo de lei. Após a manifestação, conclusos. No mais, encaminhe-se o presente ofício, via malote digital, para a Segunda Câmara Cível do e. Tribunal de Justiça deste Estado.**

Ver Despacho

04/06/2018 **Conclusos para despacho**
 04/06/2018 **Juntada de Petição de Contestação 201800761050**
 30/05/2018 **Petição recebida 201800761050 VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE**
 29/05/2018 **Protocolizada Petição 201800761050 Contestação -**
 24/05/2018 **Ato ordinatório praticado ag. cumprimento do mandado**
 23/05/2018 **Processo Inspeccionado**
 23/05/2018 **Proferido despacho de mero expediente 1 - O impetrado - Estado do Espírito Santo, apresentou informações às fls. 410/424 e documento às fls. 425/1308. 2- Observo que os litisconsortes - MP Publicidade, apresentou contestação às fls. 1363/1416 e documentos às fls. 1417/1670 e Fire Comunicação às fls. 1758/1767. 3- Certifique quanto a citação e contestação, abra-se vista ao Ministério Público e conclusos para sentença. 5- Diligencie-se.**

Ver Despacho

18/05/2018 **Conclusos para despacho**

18/05/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800701526
18/05/2018 Petição recebida 201800701526
18/05/2018 Protocolizada Petição 201800701526 Petição (outras) -
02/05/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1650839
25/04/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1625480
25/04/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1625465
24/04/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1625538
24/04/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1625519
24/04/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1625547
23/04/2018 Ato ordinatório praticado AG. CUMPRIMENTO DE MANDADO
23/04/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800549410
23/04/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800518203
23/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1650839
19/04/2018 Petição recebida 201800549410
19/04/2018 Protocolizada Petição 201800549410 Petição (outras) -
18/04/2018 Publicado ato ordinatório em 19/04/2018.
18/04/2018 Disponibilizado(a) ato ordinatório no Diário da Justiça Eletrônico em 18/04/2018 Lista do Diário nº 0081/2018.
17/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1625547
17/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1625538
17/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1625519
17/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1625480
17/04/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1625465
17/04/2018 Imprensa preparada Lista do Diário nº 0081/2018
13/04/2018 Petição recebida 201800518203
13/04/2018 Protocolizada Petição 201800518203 Petição (outras) -
11/04/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
11/04/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO CHRISTINA CORDEIRO DOS SANTOS OAB/ES 12.142 AUTORIZA O ESTAGIÁRIO GABRIEL FERREIRA ZOCCA RG Nº 3.734.345-ES E CPF Nº 171.485.817-02 A FAZER CARGA CÓPIA DO PROCESSO Nº 0001032-42.2018.8.08.0024. TEL: 3212-4000
11/04/2018 Publicado ato ordinatório em 12/04/2018.
11/04/2018 Disponibilizado(a) ato ordinatório no Diário da Justiça Eletrônico em 11/04/2018 Lista do Diário nº 0074/2018.
10/04/2018 Imprensa preparada Lista do Diário nº 0074/2018
27/03/2018 Ato ordinatório praticado EXP.MANDADO - CITAÇÃO
27/03/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800401326
22/03/2018 Petição recebida 201800401326
22/03/2018 Protocolizada Petição 201800401326 Petição (outras) -
16/03/2018 Conclusos para despacho
15/03/2018 Ato ordinatório praticado AC
15/03/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
15/03/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO CARGA CÓPIA - CHRISTINA CORDEIRO DOS SANTOS - OAB/ES 12.142 autoriza LAILA CHEIM SADER MALHEIROS TEL.: (28) 99925-5556 VOLUMES: 09 VOLUMES, da página 02 ao 1715. Processo nº: 0001032-42.2018.8.08.0024
12/03/2018 Ato ordinatório praticado AC
12/03/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800325934
12/03/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800315628
09/03/2018 Petição recebida 201800325934
09/03/2018 Protocolizada Petição 201800325934 Petição (outras) -
08/03/2018 Petição recebida 201800315628
08/03/2018 Protocolizada Petição 201800315628 Petição (outras) -
07/03/2018 Ato ordinatório praticado A C
07/03/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800269534
01/03/2018 Petição recebida 201800269534
01/03/2018 Protocolizada Petição 201800269534 Petição (outras) -
26/02/2018 Ato ordinatório praticado PRAZO MARÇO
26/02/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE

- 26/02/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO CHRISTINA CORDEIRO DOS SANTOS OAB/ES:12142 TELEFONE:3212-4000
- 26/02/2018 Juntada de Mandado Mandado nº 1477732
- 26/02/2018 Mandado devolvido entregue ao destinatário Mandado No.1477732
- 23/02/2018 Ato ordinatório praticado PRAZO MARÇO
- 23/02/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 21/02/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO WANDS SALVADOR PESSIN OAB/ES:10418 TELEFONE:99949-3057 VOLUMES:007 PAGINAS:1309
- 21/02/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800096534
- 21/02/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800079173
- 21/02/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800128272
- 21/02/2018 Juntada de Petição de Petição (outras) 201800219286
- 21/02/2018 Petição recebida 201800219286
- 21/02/2018 Protocolizada Petição 201800219286 Petição (outras) -
- 01/02/2018 Petição recebida 201800128272 VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 31/01/2018 Protocolizada Petição 201800128272 Petição (outras) -
- 30/01/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 29/01/2018 Protocolizada Petição 201800111595 Petição (outras) -
- 29/01/2018 Petição recebida 201800096534 VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 25/01/2018 Protocolizada Petição 201800096534 Petição (outras) -
- 23/01/2018 Petição recebida 201800079173
- 23/01/2018 Protocolizada Petição 201800079173 Petição (outras) -
- 22/01/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO EMERSON NATHAN SILVA STOCCO RG: 3.758.002 AUTORIZADO POR DR. CARLOS HENRIQUE STABAUER RIBEIRO OAB/ES 7164
- 19/01/2018 Ato ordinatório praticado AG REMESSA À PROCURADORIA DO ESTADO
- 19/01/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 19/01/2018 Autos entregues em carga ao Advogado. REQUERENTE EXTERNO CARGA COPIA - DRA. BARBARA MELLO E SILVA RAMOS - OAB/ES24943 - TEL 30243800 988883409
- 17/01/2018 Ato ordinatório praticado AG. REMESSA À PROCURADORIA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
- 17/01/2018 Recebido o Mandado para Cumprimento Mandado No.1477732
- 16/01/2018 Expedição de Mandado. Mandado No.1477732
- 16/01/2018 Concedida a Medida Liminar Trata-se de mandado de segurança com pedido de liminar impetrado por A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA., contra ato coator perpetrado pelo PRESIDENTE DA COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM, estando as partes devidamente qualificadas. Aduz o impetrante, em síntese, que: 1) A Superintendência Estadual de Comunicação Social – SECOM – deflagrou a Concorrência nº 001/2017, do tipo melhor técnica, objetivando a contratação de agências de publicidade e propaganda para prestação de serviços a órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual; 2) o valor global estimado da contratação é para 12 (doze) meses e totaliza R\$ 82.176.148,94 (oitenta e dois milhões, cento e setenta e seis mil, cento e quarenta e oito reais e noventa e quatro centavos), distribuídos em 04 (quatro) lotes distintos; 3) a licitação segue os preceitos da Lei nº 12.232/10, que dispõe especificamente sobre contratação de serviços de publicidade pelo poder Público; 4) o edital da Concorrência nº 001/2017 da SECOM definiu que as propostas técnicas seriam entregues pelas licitantes em três envelopes, "A", "B" e "C", sendo que os envelopes "A" e "B" deveriam conter o plano de comunicação publicitária (não identificado no envelope "A" e identificado no envelope "B") e o envelope "C" deveria conter o conjunto de informações do proponente; 5) após a prolação da decisão de julgamento das propostas técnicas, foram interpostos recursos administrativos por alguns lici
- Ver Decisão
- 16/01/2018 Conclusos para despacho
- 16/01/2018 Recebidos os autos VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 16/01/2018 Remetidos os Autos (outros motivos) da Distribuição ao VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE
- 16/01/2018 Distribuído por sorteio

Consulta Processual/TJES**Não vale como certidão.**

Processo : **0001032-42.2018.8.08.0024** Petição Inicial : **201800045186**
Ação : **Mandado de Segurança** Natureza : **Fazenda Estadual**
Vara: **VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE**

Situação : **Tramitando**
Data de Ajuizamento: **16/01/2018**

DistribuiçãoData : **16/01/2018 12:58**Motivo : **Distribuição por sorteio****Partes do Processo****Autoridade coatora**

COMISSAO ADM ESP DE LICIT DA SUPERIN EST DE COM SOCI SECOM

Impetrante

A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA

14469/ES - BARBARA DALLA BERNARDINA LACOURT

Juiz: **UBIRAJARA PAIXAO PINHEIRO****Decisão**

ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
PODER JUDICIÁRIO
VITÓRIA - 4ª VARA DA FAZENDA PÚBLICA ESTADUAL, MUNICIPAL, REGISTROS PÚBLICOS, MEIO AMBIENTE E SAÚDE

Número do Processo: **0001032-42.2018.8.08.0024**Requerente: **A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA**Requerido: **COMISSAO ADM ESP DE LICIT DA SUPERIN EST DE COM SOCI SECOM****DECISÃO**

Trata-se de mandado de segurança com pedido de liminar impetrado por **A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA.**, contra ato coator perpetrado pelo **PRESIDENTE DA COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, estando as partes devidamente qualificadas.

Aduz o impetrante, em síntese, que: **1)** A Superintendência Estadual de Comunicação Social - SECOM - deflagrou a Concorrência nº 001/2017, do tipo melhor técnica, objetivando a contratação de agências de publicidade e propaganda para prestação de serviços a órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual; **2)** o valor global estimado da contratação é para 12 (doze) meses e

totaliza R\$ 82.176.148,94 (oitenta e dois milhões, cento e setenta e seis mil, cento e quarenta e oito reais e noventa e quatro centavos), distribuídos em 04 (quatro) lotes distintos; **3)** a licitação segue os preceitos da Lei nº 12.232/10, que dispõe especificamente sobre contratação de serviços de publicidade pelo poder Público; **4)** o edital da Concorrência nº 001/2017 da SECOM definiu que as propostas técnicas seriam entregues pelas licitantes em três envelopes, "A", "B" e "C", sendo que os envelopes "A" e "B" deveriam conter o plano de comunicação publicitária (não identificado no envelope "A" e identificado no envelope "B") e o envelope "C" deveria conter o conjunto de informações do proponente; **5)** após a prolação da decisão de julgamento das propostas técnicas, foram interpostos recursos administrativos por alguns licitantes, inclusive pela ora impetraten, apontando diversos vícios na análise levada a efeito pela Subcomissão Técnica, nomeada segundo exige a Lei nº 12.232/10; **6)** após a análise dos recursos, foi proferida nova decisão de julgamento das propostas técnicas, cuja alteração mais significativa foi no sentido da classificação de licitante anteriormente desclassificada (Consórcio Prisma/Blinder + FC); **7)** a decisão foi publicada em 26.12.2017, abrindo-se novo prazo para a interposição de recursos; **8)** interpos, tempestivamente, recurso administrativo em 03.01.2018; **9)** o segundo recurso foi interposto com o objetivo de devolver à Subcomissão Técnica a análise de vícios relevantes do julgamento de propostas técnicas; **10)** o segundo recurso não foi admitido, agendando-se no mesmo ato data para sessão de abertura dos envelopes contendo as propostas comerciais, a saber, em 17.01.2018.

De acordo com a Impetrante, seu direito líquido e certo reside na violação ao disposto no art. 11, § 4º, IV e VI da Lei 12.232/10 e aos itens 8.9 e 8.11 do edital, motivo pelo qual pretende, em sede de liminar, a suspensão dos "efeitos da decisão de julgamento das propostas técnicas na Concorrência nº 001/2017, da SECOM, obstando, por consequência, o prosseguimento do certame licitatório (ou eventualmente os contratos deles decorrentes) até o julgamento final deste writ".

Custas recolhidas.

Com a inicial vieram os documentos de fls. 22 e seguintes.

É o breve relatório. DECIDO.

O mandado de segurança é expressamente previsto na Constituição Federal, em seu art. 5º, inciso LXIX, segundo o qual conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por "habeas-corpus" ou "habeas-data", quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do Poder Público.

A legislação infraconstitucional, vale mencionar, cuidou de especificar suas peculiaridades procedimentais, determinando expressamente a possibilidade de concessão de liminar, conforme se depreende do art. 7º, inciso III, da Lei 12.016/09.

Dessa forma, havendo pedido liminar na inicial, deverá ser verificada a existência do *fumus boni iuris* e do *periculum in mora*, requisitos estes que autorizam a concessão da medida emergencial pleiteada.

Destaca-se que o *fumus boni iuris* e o *periculum in mora*, em se tratando de mandado de segurança, devem ser demonstrado por meio de prova documental pré-constituída, não se admitindo dilação probatória.

Entendo, *prima facie*, que a Impetrante tem direito a liminar pretendida, uma vez que se fazem presentes os requisitos legais do art. 1º da Lei 12.016/2009, especificamente, a prova pré-constituída do direito alegado, senão vejamos.

No presente *writ*, verifico que a autoridade coatora deflagrou procedimento licitatório para a "contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda" (fl. 48), o qual é regido pelo Edital de Pregão nº 001/2017.

Pois bem, a questão jurídica posta nestes autos versa sobre o integral cumprimento do disposto na Lei 12.232/10, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras

providências e, especificamente, sobre o julgamento das propostas apresentadas pelas licitantes, além da composição de preços dos serviços.

Registro que a necessidade de observância irrestrita e incondicionada à lei de regência se faz necessária diante da grande subjetividade típica do exame das propostas técnicas.

Do que se extrai do disposto no art. 11 da Lei 12.232/10, as propostas técnicas e de preço serão julgadas em procedimento específico, sendo certa a necessidade de "elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso" e "elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso".

Em que pese a expressa previsão legal - ao menos como se constata nesse momento processual - o disposto na lei de regência não foi observado pela Comissão julgadora, já que o julgamento das propostas se limitou a atribuir a pontuação equivalente a "ótimo", "bom", "regular", "não atendeu" e "não apresentou", conforme planilha constante nos anexos do instrumento convocatório, sem a indicação de qualquer justificativa para as conclusões ali elencadas.

Desse modo, é possível que o ato administrativo praticado padeça de legalidade, já que um dos requisitos necessários e indispensáveis para a plena validade é a motivação do ato, o que - aparentemente - não foi observado pela comissão julgadora.

A ausência de justificativa para as razões que fundamentaram a aplicação das notas aos quesitos já seria - por si só - suficiente para justificar a suspensão dos efeitos da decisão de julgamento das propostas da concorrência nº 001/2017 da SECOM, mas não é só.

É que os indicativos constantes no processo nesse momento conduzem à conclusão de que a composição de preços apresentadas pela Licitante MP Publicidade está em desacordo com o item 7.17.2 do Edital, já que, desrespeitou a determinação para a observância das "tabelas vigentes na data de publicação deste Edital", se valendo das referências disponibilizadas pelo SINAPRO no ano de 2016 e não de 2017.

O aparente desrespeito a forma de composição dos preços apresentados, além de violar expressa disposição do edital (item 8.9 e 8.11), enseja o possível desrespeito ao princípio da igualdade, pois permitiu que uma das licitantes obtivesse vantagem quantitativa em relação às demais participantes do certame.

Nesse contexto fático e probatório, entendo que os direitos da Impetrante estão aparentemente violados, seja pela ausência de fundamentação das notas e conceitos atribuídos, seja pela forma e mecanismo utilizado por outra concorrente para a composição dos preços dos serviços licitados, em desconformidade com o Edital nº 001/2017, os quais foram levados indevidamente em consideração pela comissão processante.

Assim, é indiscutível que, em sendo possível comprovar a viabilidade da proposta apresentada, o resultado do procedimento de concorrência se alterará, o que indica - por si só - a existência de perigo de dano capaz de justificar a concessão da tutela cautelar pretendida.

Faço constar, por fim, que o expressivo valor do contrato a ser firmado pela Administração Pública exige o cumprimento irrestrito das determinações legais, sob pena de possibilitar a lesão ao erário.

Por fim, evidenciado o *periculum in mora*, em face da data prevista para a abertura dos envelopes contendo as propostas comerciais, qual seja, 17.01.2018, às 10:30hs,

Ante o exposto, **DEFIRO** o pedido liminar para determinar a suspensão dos efeitos da decisão de julgamento das propostas técnicas na Concorrência nº

001/2017 da SECOM, obstando o prosseguimento do certame licitatório em questão, até posterior deliberação.

Intimem-se as partes, dando ciência quanto ao conteúdo da presente decisão, em especial a impetrante para que promova a citação dos demais licitantes, fornecendo, inclusive, os respectivos endereços, no prazo de 10 (dez) dias.

Notifique-se a autoridade dita coatora para fins do art. 7º, inc. I, da Lei nº 12.016/2009, devendo prestar as informações necessárias no prazo de 10 (dez) dias.

Cientifique o Órgão de representação da pessoa jurídica interessada, para fins do disposto no art. 7º, inc. II, da Lei nº 12.016/2009, para querendo ingresse no feito.

Após decurso do prazo das informações solicitadas, prestadas ou não, dê-se vista dos autos ao Ministério Público.

Ao final, conclusos para sentença.

Serve a presente como mandado, devendo ser cumprida por Oficial de Justiça de Plantão.

Dispositivo

Trata-se de mandado de segurança com pedido de liminar impetrado por **A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA.**, contra ato coator perpetrado pelo **PRESIDENTE DA COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, estando as partes devidamente qualificadas.

Aduz o impetrante, em síntese, que: **1)** A Superintendência Estadual de Comunicação Social - SECOM - deflagrou a Concorrência nº 001/2017, do tipo melhor técnica, objetivando a contratação de agências de publicidade e propaganda para prestação de serviços a órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual; **2)** o valor global estimado da contratação é para 12 (doze) meses e totaliza R\$ 82.176.148,94 (oitenta e dois milhões, cento e setenta e seis mil, cento e quarenta e oito reais e noventa e quatro centavos), distribuídos em 04 (quatro) lotes distintos; **3)** a licitação segue os preceitos da Lei nº 12.232/10, que dispõe especificamente sobre contratação de serviços de publicidade pelo poder Público; **4)** o edital da Concorrência nº 001/2017 da SECOM definiu que as propostas técnicas seriam entregues pelas licitantes em três envelopes, "A", "B" e "C", sendo que os envelopes "A" e "B" deveriam conter o plano de comunicação publicitária (não identificado no envelope "A" e identificado no envelope "B") e o envelope "C" deveria conter o conjunto de informações do proponente; **5)** após a prolação da decisão de julgamento das propostas técnicas, foram interpostos recursos administrativos por alguns licitantes, inclusive pela ora impetraten, apontando diversos vícios na análise levada a efeito pela Subcomissão Técnica, nomeada segundo exige a Lei nº 12.232/10; **6)** após a análise dos recursos, foi proferida nova decisão de julgamento das propostas técnicas, cuja alteração mais significativa foi no sentido da classificação de licitante anteriormente desclassificada (Consórcio Prisma/Blinder + FC); **7)** a decisão foi publicada em 26.12.2017, abrindo-se novo prazo para a interposição de recursos; **8)** interpos, tempestivamente, recurso administrativo em 03.01.2018; **9)** o segundo recurso foi interposto com o objetivo de devolver à Subcomissão Técnica a análise de vícios relevantes do julgamento de propostas técnicas; **10)** o segundo recurso não foi admitido, agendando-se no mesmo ato data para sessão de abertura dos envelopes contendo as propostas comerciais, a saber, em 17.01.2018.

De acordo com a Impetrante, seu direito líquido e certo reside na violação ao disposto no art. 11, § 4º, IV e VI da Lei 12.232/10 e aos itens 8.9 e 8.11 do edital, motivo pelo qual pretende, em sede de liminar, a suspensão dos "efeitos da decisão de julgamento das propostas técnicas na Concorrência nº 001/2017, da SECOM, obstando, por consequência, o prosseguimento do certame licitatório (ou eventualmente os contratos deles decorrentes) até o julgamento final deste writ".

Custas recolhidas.

Com a inicial vieram os documentos de fls. 22 e seguintes.

É o breve relatório. DECIDO.

O mandado de segurança é expressamente previsto na Constituição Federal, em seu art. 5º, inciso LXIX, segundo o qual conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por "habeas-corpus" ou "habeas-data", quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do Poder Público.

A legislação infraconstitucional, vale mencionar, cuidou de especificar suas peculiaridades procedimentais, determinando expressamente a possibilidade de concessão de liminar, conforme se depreende do art. 7º, inciso III, da Lei 12.016/09.

Dessa forma, havendo pedido liminar na inicial, deverá ser verificada a existência do *fumus boni iuris* e do *periculum in mora*, requisitos estes que autorizam a concessão da medida emergencial pleiteada.

Destaca-se que o *fumus boni iuris* e o *periculum in mora*, em se tratando de mandado de segurança, devem ser demonstrado por meio de prova documental pré-constituída, não se admitindo dilação probatória.

Entendo, *prima facie*, que a Impetrante tem direito a liminar pretendida, uma vez que se fazem presentes os requisitos legais do art. 1º da Lei 12.016/2009, especificamente, a prova pré-constituída do direito alegado, senão vejamos.

No presente writ, verifico que a autoridade coatora deflagrou procedimento licitatório para a "contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda" (fl. 48), o qual é regido pelo Edital de Pregão nº 001/2017.

Pois bem, a questão jurídica posta nestes autos versa sobre o integral cumprimento do disposto na Lei 12.232/10, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências e, especificamente, sobre o julgamento das propostas apresentadas pelas licitantes, além da composição de preços dos serviços.

Registro que a necessidade de observância irrestrita e incondicionada à lei de regência se faz necessária diante da grande subjetividade típica do exame das propostas técnicas.

Do que se extrai do disposto no art. 11 da Lei 12.232/10, as propostas técnicas e de preço serão julgadas em procedimento específico, sendo certa a necessidade de "elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso" e "elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso".

Em que pese a expressa previsão legal - ao menos como se constata nesse momento processual - o disposto na lei de regência não foi observado pela

Comissão julgadora, já que o julgamento das propostas se limitou a atribuir a pontuação equivalente a "ótimo", "bom", "regular", "não atendeu" e "não apresentou", conforme planilha constante nos anexos do instrumento convocatório, sem a indicação de qualquer justificativa para as conclusões ali elencadas.

Desse modo, é possível que o ato administrativo praticado padeça de legalidade, já que um dos requisitos necessários e indispensáveis para a plena validade é a motivação do ato, o que - aparentemente - não foi observado pela comissão julgadora.

A ausência de justificativa para as razões que fundamentaram a aplicação das notas aos quesitos já seria - por si só - suficiente para justificar a suspensão dos efeitos da decisão de julgamento das propostas da concorrência nº 001/2017 da SECOM, mas não é só.

É que os indicativos constantes no processo nesse momento conduzem à conclusão de que a composição de preços apresentadas pela Licitante MP Publicidade está em desacordo com o item 7.17.2 do Edital, já que, desrespeitou a determinação para a observância das "tabelas vigentes na data de publicação deste Edital", se valendo das referências disponibilizadas pelo SINAPRO no ano de 2016 e não de 2017.

O aparente desrespeito a forma de composição dos preços apresentados, além de violar expressa disposição do edital (item 8.9 e 8.11), enseja o possível desrespeito ao princípio da igualdade, pois permitiu que uma das licitantes obtivesse vantagem quantitativa em relação às demais participantes do certame.

Nesse contexto fático e probatório, entendo que os direitos da Impetrante estão aparentemente violados, seja pela ausência de fundamentação das notas e conceitos atribuídos, seja pelo forma e mecanismo utilizado por outra concorrente para a composição dos preços dos serviços licitados, em desconformidade com o Edital nº 001/2017, os quais foram levados indevidamente em consideração pela comissão processante.

Assim, é indiscutível que, em sendo possível comprovar a viabilidade da proposta apresentada, o resultado do procedimento de concorrência se alterará, o que indica - por si só - a existência de perigo de dano capaz de justificar a concessão da tutela cautelar pretendida.

Faço constar, por fim, que o expressivo valor do contrato a ser firmado pela Administração Pública exige o cumprimento irrestrito das determinações legais, sob pena de possibilitar a lesão ao erário.

Por fim, evidenciado o *periculum in mora*, em face da data prevista para a abertura dos envelopes contendo as propostas comerciais, qual seja, 17.01.2018, às 10:30hs,

Ante o exposto, **DEFIRO** o pedido liminar para determinar a suspensão dos efeitos da decisão de julgamento das propostas técnicas na Concorrência nº 001/2017 da SECOM, obstando o prosseguimento do certame licitatório em questão, até posterior deliberação.

Intimem-se as partes, dando ciência quanto ao conteúdo da presente decisão, em especial a impetrante para que promova a citação dos demais licitantes, fornecendo, inclusive, os respectivos endereços, no prazo de 10 (dez) dias.

Notifique-se a autoridade dita coatora para fins do art. 7º, inc. I, da Lei nº 12.016/2009, devendo prestar as informações necessárias no prazo de 10 (dez) dias.

Cientifique o Órgão de representação da pessoa jurídica interessada, para fins do disposto no art. 7º, inc. II, da Lei nº 12.016/2009, para querendo ingresse no feito.

Após decurso do prazo das informações solicitadas, prestadas ou não, dê-se vista dos autos ao Ministério Público.

Ao final, conclusos para sentença.

Serve a presente como mandado, devendo ser cumprida por Oficial de Justiça de Plantão.

Consulta Processual/TJES**Não vale como certidão.**Processo : **0001900-20.2018.8.08.0024** Petição Inicial : **201800090337**Situação : **Ativo**Ação : **Agravo de Instrumento**Data de Cadastro: **25/01/2018**Valor : **R\$ 10.000,00**Órgão Atual : **SEGUNDA CÂMARA CÍVEL**Órgão Julgador : **SEGUNDA CÂMARA CÍVEL**Escaneado atual : **IMPrensa/e-DIÁRIO / Imprensa/e-Diário (desde 17/07/2018)**Relator : **FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY****Distribuição**Data : **31/01/2018**Motivo : **Redistribuição por prevenção de Câmara****Partes do Processo****AGVTE**

ESTADO DO ESPIRITO SANTO

ALEXANDRE NOGUEIRA ALVES - 7030-ES**MARCOS JOSE MILAGRE - 16474-ES****AGVDO**

A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA

BARBARA DALLA BERNARDINA LACOURT - 14469-ES**Andamentos****17/07/2018 AI - Protocolizada Petição 201801024864****EXPOR E REQUERER OAB/ES 14469 Petição sem guia de pagamento vinculada.****11/06/2018 AI - Publicado decisão em 11/06/2018.****08/06/2018 AI - Disponibilizado(a) decisão no Diário da Justiça Eletrônico em 08/06/2018 (Recebido em 08/06/2018)****Este processo possui uma Decisão publicada. [Ver Decisão](#)****28/05/2018 AI - Expedição de Ofício. (Recebido em 28/05/2018) ao Juízo de Origem para prestar informações.****25/05/2018 AI - Recebidos os autos SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 25/05/2018). lista x****21/05/2018 AI - Remetidos os Autos para SEGUNDA CÂMARA CÍVEL SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 25/05/2018)****COM 6 VOLUMES. SEGUNDA CÂMARA CÍVEL****21/05/2018 AI - Proferido despacho de mero expediente (Recebido em 21/05/2018)****21/05/2018 AI - Proferido despacho de mero expediente (Recebido em 21/05/2018)****26/04/2018 AI - Recebido os autos GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY (Recebido em 26/04/2018)****25/04/2018 AI - Conclusos para decisão GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY (Recebido em 26/04/2018)****COM 6 VOLUMES. GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY****25/04/2018 AI - Juntada de Petição de Contra-razões 201800385471 (Recebido em 25/04/2018)****25/04/2018 AI - Juntada de Petição de Petição (outras) 201800350027 (Recebido em 25/04/2018)****25/04/2018 AI - Juntada de Petição de Agravo (inominado/ legal) 201800310059 (Recebido em 25/04/2018)****22/03/2018 ED - Ato ordinatório praticado (Recebido em 22/03/2018)****AUTOS PARALISADOS AGUARDANDO PETIÇÃO J.V****22/03/2018 AI - Juntada de Petição de Embargos de declaração 201800300903****Embargos de Declaração - PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO [1689] interposto por A4 PUBLICIDADE E MARKETING LTDA Petição sem guia de pagamento vinculada. Protocolo: 201800300903, Classe: Embargos de Declaração cadastrado sem guia de custas vinculada.****20/03/2018 AI - Ato ordinatório praticado 0001900-20.2018.8.08.0024 (Recebido em 20/03/2018)****AUTOS PARALISADOS AGUARDANDO PETIÇÃO JV.****20/03/2018 AI - Protocolizada Petição 201800385471**

CONTRARRAZOES. Petição sem guia de pagamento vinculada.

14/03/2018 AI - Protocolizada Petição 201800350027

REQUER DESIGNAÇÃO DE AUDIENCIA DE CONCILIAÇÃO PGE Petição sem guia de pagamento vinculada.

07/03/2018 AI - Protocolizada Petição 201800310059

AGRAVO INTERNO. GUIA VERIFICADA COM SUCESSO!!

07/03/2018 AI - Ato ordinatório praticado (Recebido em 07/03/2018)

AUTOS ENTREGUES EM CARGA À ADV DO AGVDO DRA. AMANDA LOYOLA GOULART

06/03/2018 AI - Protocolizada Petição 201800300903

EMBARGOS DE DECLARAÇÃO Petição sem guia de pagamento vinculada.

02/03/2018 AI - Ato ordinatório praticado (Recebido em 02/03/2018)

LISTA 38

02/03/2018 AI - Juntada de Petição de Petição (outras) 201800269380 (Recebido em 02/03/2018)

01/03/2018 AI - Protocolizada Petição 201800269380

REQUER JUNTADA OAB ES 10.418 Petição sem guia de pagamento vinculada.

27/02/2018 AI - Intimado pessoalmente (Recebido em 27/02/2018)

MATHEUS D. DE MENEZES - PARTE DO AGRAVADO

20/02/2018 AI - Recebidos os autos SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 20/02/2018)

LISTA 38

20/02/2018 AI - Remetidos os Autos para SEGUNDA CÂMARA CÍVEL SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 20/02/2018)

COM 5 VOLUMES. SEGUNDA CÂMARA CÍVEL

15/02/2018 AI - Recebido o recurso Sem efeito suspensivo (Recebido em 15/02/2018)

15/02/2018 AI - Não Concedida a Medida Liminar (Recebido em 15/02/2018)

07/02/2018 AI - Recebido os autos GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY (Recebido em 07/02/2018)

06/02/2018 AI - Conclusos para decisão GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY (Recebido em 07/02/2018)

COM 5 VOLUMES. GAB. DESEMB - FERNANDO ESTEVAM BRAVIN RUY

06/02/2018 AI - Recebidos os autos SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 06/02/2018).

31/01/2018 AI - Remetidos os Autos (outros motivos) da Distribuição ao SEGUNDA CÂMARA CÍVEL SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 06/02/2018)

COM 5 VOLUMES. SEGUNDA CÂMARA CÍVEL

31/01/2018 AI - Redistribuído por prevenção em razão de suspeição

31/01/2018 AI - Recebido pelo Distribuidor Coordenadoria de Protocolo, Registro e Distribuição (Recebido em 31/01/2018)

SEGUNDA CÂMARA CÍVEL

30/01/2018 AI - Remetidos os Autos (outros motivos) para Coordenadoria de Protocolo, Registro e Distribuição Coordenadoria de Protocolo, Registro e Distribuição (Recebido em 31/01/2018)

COM 5 VOLUMES.

30/01/2018 AI - Recebidos os autos SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 30/01/2018)

30/01/2018 AI - Proferido despacho de mero expediente (Recebido em 30/01/2018)

30/01/2018 AI - Remetidos os Autos para SEGUNDA CÂMARA CÍVEL SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 30/01/2018)

COM 5 VOLUMES. SEGUNDA CÂMARA CÍVEL

29/01/2018 AI - Recebido os autos GAB. DESEMB - CARLOS SIMÕES FONSECA (Recebido em 29/01/2018)

26/01/2018 AI - Conclusos para decisão GAB. DESEMB - CARLOS SIMÕES FONSECA (Recebido em 29/01/2018)

COM 5 VOLUMES. GAB. DESEMB - CARLOS SIMÕES FONSECA

26/01/2018 AI - Recebidos os autos SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 26/01/2018)

25/01/2018 AI - Remetidos os Autos (outros motivos) da Distribuição ao SEGUNDA CÂMARA CÍVEL SEGUNDA CÂMARA CÍVEL (Recebido em 26/01/2018)

COM 5 VOLUMES. SEGUNDA CÂMARA CÍVEL

25/01/2018 AI - Distribuído por sorteio

25/01/2018 AI - Processo Cadastrado

Protocolo nº 201800090337 : Recurso Cadastrado SEM guia(s) de pagamento de Custas. GUIA NÃO VINCULADA: Petição sem guia de pagamento vinculada. Protocolo: 201800090337, Classe: Agravo de Instrumento cadastrado sem guia de custas vinculada.