

**ILUSTRE SENHOR SECRETÁRIO DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL (SECOM-GDF), SR. WELIGTON LUIZ MORAES, ATRAVÉS DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO-CEL/SECOM.**

**Concorrência nº 01/2021 - SECOM/DF**

**GINGA PROPAGANDA LTDA.**, CNPJ nº 10.609.985/0001-00, com sede em Q 103 SUL RUA SO 11, s/n, CONJ 4 LOTE 12 SALA 102, CEP 77015-034, Plano Diretor Sul, Palmas (TO), representada por sua representante legal, vem, por meio deste, com fulcro no item 22 do Edital da Concorrência nº 01/2021 - SECOM/DF, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face da decisão proferida pela **Comissão Especial de Licitação (CEL-SECOM)**, situada no Anexo Palácio do Buriti, 16º andar, sala 1610-C - Brasília/DF e com e-mail [secom.ccpubli@buriti.df.gov.br](mailto:secom.ccpubli@buriti.df.gov.br), constante na Ata de Abertura - Segunda Sessão, que homologou o resultado dos julgamentos da Subcomissão Técnica e divulgou classificação final das Propostas Técnicas das licitantes, pelos fatos e fundamentos que seguem.

**1. DOS FATOS:**

A recorrente é licitante desta Concorrência nº 01/2021 - SECOM/DF, que tem como objeto a *“contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por 04 (quatro) agências de propaganda, com o objetivo de atender os Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, conforme prevê o artigo 22 do decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019”*, tendo apresentado Proposta Técnica e documentação, tempestivamente, conforme os termos do Edital.<sup>1</sup>

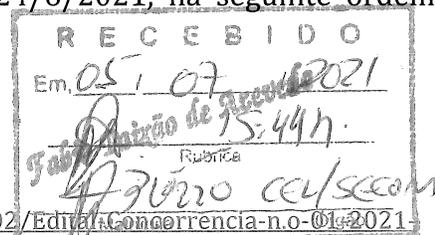
No dia 24 de junho de 2021, às 15 (quinze) horas e 20 (vinte) minutos, teve início a Segunda Sessão Pública para a abertura dos invólucros e a apuração da classificação das Propostas Técnicas.<sup>2</sup> Contabilizadas as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, a classificação final, atinente às 27 (vinte e sete) licitantes, foi divulgada pela Comissão Especial de Licitação da SECOM/DF também no dia 24/6/2021, na seguinte ordem decrescente:

<sup>1</sup>Concorrência 01/2021 - SECOM/DF:

[http://www.comunicacao.df.gov.br/concorrenca-01-2021/;](http://www.comunicacao.df.gov.br/concorrenca-01-2021/)

<http://www.comunicacao.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2021/02/Edital-Concorrenca-n.o-01-2021-SECOM-DF.pdf>; e <http://www.comunicacao.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2021/02/Edital-Concorrenca-n.o-01-2021-SECOM-DF-NOVA-ABERTURA.pdf>.

<sup>2</sup> Ata de Abertura - Segunda Sessão: <http://www.comunicacao.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2021/02/Ata-de-Abertura-2a-Sessao-CC-n.o-01-2021.pdf>.



ml

Ordem	Licitante	Nota Final
01	09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A	98,50
02	04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A	97,20
03	01-BABEL PUBLICIDADE LTDA	96,80
04	18-CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	92,90
05	03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	92,30
06	14-BERTONI COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA-ME	89,70
07	02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA	87,60
08	20-PUBLICA COMUNICAÇÃO LTDA	83,20
09	08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA	82,90
10	15-ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA	82,40
11	17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA	80,80
12	22-E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	80,20
13	26-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA	79,50
14	21-GRITO PROPAGANDA EIRELI - EPP	79,00
15	16-CÁLIX SERV. DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI	78,40
16	25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI	76,50
17	10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA	76,50
18	27-BCA PROPAGANDA LTDA	75,60
19	05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	74,50
20	13- EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA	74,30
21	11-OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA	73,70
22	12-LUA PROPAGANDA LTDA	69,50
23	06-GINGA PROPAGANDA LTDA	69,20
24	07-CANNES PUBLICIDADE LTDA	69,20
25	19-ZIAD A. FARES PUBLICIDADE	68,70
26	23-AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	65,00
27	24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	28,50

Conforme se constata, as quatro empresas com melhor classificação, em atenção às 4 (quatro) vagas do certame, foram, respectivamente:

- 01) Nova SB Comunicação S.A
- 02) PROPEG Comunicação S/A
- 03) Babel Publicidade LTDA
- 04) Calia Y2 Propaganda e Marketing LTDA

Em 5º lugar, juntamente com as 4 (quatro) primeiras colocadas, restou classificada a empresa AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., com pontuação bastante próxima àquela necessária para se classificar dentre as agências que, ao final, serão contratadas pelo Governo do Distrito Federal.

A Recorrente, por sua vez, foi classificada em 23ª (vigésima terceira) colocação.

Ocorre que, antes da abertura dos envelopes, muitas desconfianças sobre a regularidade da licitação foram lançadas na mídia, e, após abertos os envelopes e computadas as notas, confirmaram-se os indícios de direcionamento indevido da licitação para as empresas vencedoras.

Tais indícios já eram de conhecimento público, como dito, e como até mesmo ficou escrito na ata da sessão pública, uma vez que **o resultado da licitação foi antecipado**

**na reportagem do site QuidNovi, no mesmo dia 24 de junho de 2021, horas antes da Segunda Sessão.**<sup>3</sup> Confira-se:

O Ministério Público suspeita que o vulgo Baiano esteja manipulando a concorrência para favorecer as agências que ele deseja que sejam as vencedoras do certame. As escolhidas: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda, Propeg Comunicação S/A, Nova/SB Comunicação Ltda e com estreitos laços as agências AV Comunicação e Marketing ou DeBrito Propaganda Ltda.

**QuidNovi, 24/6/2021, horas antes da divulgação oficial do resultado do certame**

Consta ainda da matéria que as agências Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda., Propeg Comunicação S/A, Nova S/B Comunicação Ltda., AV Comunicação e Marketing e Debritto Propaganda Ltda. têm sido objeto de direcionamentos de licitações por parte de alguns órgãos do Governo do Distrito Federal, nestes termos:

Atualmente a agência Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda está no olho do furacão na CPI da Covid 19 no Senado Federal. A Propeg Comunicação S/A mesmo com dezenas de processos na justiça se mantém como agência mãe na comunicação do GDF a vários anos atendendo aos caciques dos partidos que comandam o governo. A Nova/SB Comunicação Ltda abocanha milhões e milhões do governo federal sustentada com o apadrinhamento de caciques dos grandes partidos políticos. Já as agências AV e DeBrito, também possuem seus apadrinhamentos, porém, por curumim.

**QuidNovi, 24/6/2021, horas antes da divulgação oficial do resultado do certame**

A referida matéria previu, portanto, que as empresas escolhidas seriam a Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda, Propeg Comunicação S/A, Nova/SB Comunicação Ltda e a AV Comunicação e Marketing ou DeBrito Propaganda Ltda. Das vencedoras, apenas a empresa Babel Publicidade LTDA. não consta nessa lista, embora a agência AV Comunicação tenha sido classificada em 5º (quinto) lugar, como que numa tentativa desesperada de não corresponder plenamente ao “gabarito” apresentado pela denúncia do jornalista Mino Pedrosa na notícia publicada previamente à divulgação das notas.

De posse dessas informações e ante a irregularidade gravíssima que se consumava, **a Recorrente solicitou registro em Ata que o resultado já havia sido antecipado** – ato que não surtiu efeitos sobre a Comissão Especial de Licitações (CEL-SECOM).

Sendo assim, tendo-se confirmado os indícios de direcionamento indevido, bem como outras irregularidades a seguir descritas, o presente recurso apresenta razões pelas quais entende que deve a decisão ora impugnada ser anulada e o presente certame regressar a sua fase germinal, sob pena de violação da legalidade e demais princípios que regem o direito administrativo pátrio.

<sup>3</sup> O que pode ser conferido em: <https://quidnovibrasil.com/fenix-do-planalto/2021/gdf-licitacao-milionaria-sob-suspeita/> e <https://quidnovibrasil.com/fenix-do-planalto/2021/resultado-antecipado-bingo-na-licitacao-milionaria-no-gdf/>.

an

## **2. DOS FUNDAMENTOS DO RECURSO:**

Preliminarmente, cabe esclarecer que o presente recurso é tempestivo. A decisão ora recorrida foi publicada no Diário Oficial do Distrito Federal no dia 28 de junho de 2021, havendo cinco dias úteis para interposição do recurso, nos termos dos itens 22.2 e 29.11 do Edital, razão pela qual a pretensão recursal encontra-se temporalmente abrigada.

Dito isso, esclarece-se serem quatro as principais razões recursais, sem prejuízo da existência de outras, reflexas: **1ª)** a divulgação antecipada do resultado; **2ª)** a ausência de nota para uma das agências, reforçando o direcionamento do certame e/ou sua irregularidade insanável; **3ª)** ausência de divulgação tempestiva das planilhas individuais dos julgadores, reforçando os pontos anteriores; **4ª)** e equívoco no julgamento do mérito das propostas técnicas.

Apresentam-se, uma a uma, essas inafastáveis razões.

### **2.1. DA DIVULGAÇÃO ANTECIPADA DO RESULTADO E DA IMPROBABILIDADE DE IDENTIDADE COM A CLASSIFICAÇÃO DIVULGADA, SALVO EM CASO DE DIRECIONAMENTO:**

Como bem asseverado nas razões fáticas, conforme documentação anexa, há fortes indícios documentais de que a Concorrência 01/2021 - SECOM/DF foi direcionada, em violação à moralidade e à impessoalidade administrativa, às agências de publicidade Nova SB Comunicação S.A., PROPEG Comunicação S/A, Calia Y2 Propaganda e Marketing LTDA. e AV Comunicação e Marketing Ltda.

Tanto é que, desde ao menos 9 de abril de 2021, a imprensa brasiliense já denunciava a suspeição de existência de direcionamento da Concorrência 01/2021 - SECOM/DF a agências de publicidade que, como é consabido, de há muito dão indícios de nutrir relações de ilícita pessoalidade e imoralidade com algumas figuras públicas do Governo do Distrito Federal.

O sítio eletrônico de notícia QuidNovi, já em 9/4/2021<sup>4</sup>, como dito, isso denunciava, propugnando que o Ministério Público do Contas (MPC-DF) já teria requerido perante o TCDF, por meio da Representação nº 8/2021-G3P/DA, a imediata suspensão do certame, por constatação de fraude e irregularidades, notadamente da *inexistência de Chamamento Público* para composição da relação de nomes de *profissionais que não mantêm vínculos funcionais ou contratuais com a SECOM/DF para analisarem e julgarem as propostas do certame. In verbis:*

<sup>4</sup> Notícia: <https://quidnovibrasil.com/fenix-do-planalto/2021/gdf-licitacao-suspeita-na-mira-do-mp-tcdf/>.

*un*

O MP determina a suspensão imediata da licitação milionária, para o Ministério Público, o Edital de Concorrência pública 001/2021-SECOM possui ilegalidades, especialmente quanto à inexistência de Chamamento Público para composição da relação de nomes de profissionais que não mantêm vínculos funcionais ou contratuais com o DF para integrar a Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas do aludido certame. Os riscos de direcionamento da licitação e de fraude são alegados na representação.

QuidNovi, 9/4/2021



**TRIBUNAL DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL**  
GABINETE DA PRESIDÊNCIA  
ASSESSORIA ADMINISTRATIVA

**Referência:** Representação nº 8/2021-G3P/DA - com cautelar, de 05.04.2021 (e-DOC F97F176E).

**Sumário:** Representação, com pedido de medida cautelar, ofertada pelo Procurador Demóstenes Tres Albuquerque, do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas do Distrito Federal, em face de possível irregularidade/ilegalidade no âmbito do Edital de Concorrência Pública nº 01/2021-SECOM/DF, promovido pela Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal – SECOM/DF, cujo objeto prevê "(...) a obtenção de propostas para contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por 04 (quatro) agências de propaganda, com objetivo de atender os Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal", com abertura para recebimento de **propostas previsto para o dia 09/04/2021, às 09:00 horas**. O MPJTCD/DF requer ao Tribunal que: I. tome conhecimento da presente Representação, determinando seu processamento em autos próprios; II. determine a suspensão cautelar da divulgação do sorteio da Subcomissão Técnica da Concorrência Pública nº 01/2021-SECOM/DF; III. abra prazo para que a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal – SECOM/DF apresente esclarecimentos sobre os pontos questionados na presente Representação, notadamente quanto à inexistência de Chamamento Público para composição da relação de nomes de profissionais que não mantêm vínculos funcionais ou contratuais com a jurisdição para integrar a Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas do aludido certame; IV. encaminhe o processo à Unidade Técnica competente para proceder à instrução do feito, autorizando, se necessárias, a realização de inspeção e diligências pertinentes.

Representação nº 8/2021-G3P/DA, 5/4/2021

**DESPACHO Nº 0498/2021 - PRESIDÊNCIA**

Encaminhe-se à Secretaria-Geral de Controle Externo para análise da Representação em epígrafe.

Brasília-DF, 05 de abril de 2021.

*PAULO TADEU VALE DA SILVA*

**PAULO TADEU VALE DA SILVA**  
Presidente

Representação nº 8/2021-G3P/DA, 5/4/2021

Corroborando essa publicação, o jornal QuidNovi, da imprensa especializada, publicou em 24/6/2021<sup>5</sup>, como dito, horas antes da divulgação dos resultados de classificação das agências licitantes na Concorrência 01/2021 - SECOM/DF, notícia com o título "**GDF: Licitação milionária sob suspeita**", na qual, mencionando a suspeita do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT) sobre o certame, "vaticinou" expressamente para quais agências o procedimento licitatório estaria direcionado, por conta de conluio com órgãos do Governo do Distrito Federal (GDF), elencando os seguintes nomes, **de um total de 27 (vinte e sete) agências licitantes:**

- a) Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.
- b) Propeg Comunicação S/A
- c) Nova/SB Comunicação Ltda.
- d) AV Comunicação e Marketing Ltda. ou DeBrito Propaganda Ltda.

Outros trechos dignos de menção são estes:

*A licitação suspeita de direcionamento terá que ser encaminhada para o Tribunal de Contas para que sejam respondidos os quesitos questionados pelo Ministério Público que apontam fraudes na licitação. As empresas Propeg e Calia já enfrentam processos na justiça com denúncias de lavagem de dinheiro, corrupção ativa e passiva. Essas pessoas jurídicas possuem fortes ligações com partidos e abocanham milhões dos cofres públicos.*

*Atualmente a agência Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda está no olho do furacão na CPI da Covid 19 no Senado Federal. A Propeg Comunicação S/A mesmo com dezenas de processos na justiça se mantém como agência mãe na comunicação do GDF a vários anos atendendo aos caciques dos partidos que comandam o governo. A Nova/SB Comunicação Ltda abocanha milhões e milhões do governo federal sustentada com o apadrinhamento de caciques dos grandes partidos políticos. Já as agências AV e DeBrito, também possuem seus apadrinhamentos, porém, por curumim.*

No mesmo dia, como dito, às 15 (quinze) horas e 20 (vinte) minutos, no auditório do edifício da sede do Detran/DF, a Comissão Especial de Licitação-CEL, designada por meio da Portaria/SECOM-DF nº 47 de 28 de dezembro de 2020, divulgou as notas das propostas técnicas, avaliadas pela Subcomissão Técnica, que teve como 5 (cinco) primeiras classificadas as seguintes agências licitantes:

<sup>5</sup> Notícia: <https://quidnovibrasil.com/fenix-do-planalto/2021/gdf-licitacao-milionaria-sob-suspeita/>.

*BR*

Ordem	Licitante	Nota Final
01	09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A	98,50
02	04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A	97,20
03	01-BABEL PUBLICIDADE LTDA	96,80
04	18-CALIAJY2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	92,90
05	03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	92,30

Concorrência 01/2021 - SECOM/DF, Ata da Segunda Sessão, 24/6/2021, 15h20min<sup>6</sup>

Considerando que a Concorrência tem por objeto a “a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por 04 (quatro) agências de propaganda”, a equivalência entre 3 (três) das 4 (quatro) agência previstas pela imprensa especializada como “prometidas” à vitória no certame, constando ainda a 4<sup>a</sup> (quarta) agência mencionada – AV Comunicação – em 5<sup>o</sup> (quinto) lugar, dá fortes indícios de direcionamento do procedimento licitatório e de fraude à licitação.

Em verdade, levando em consideração que participavam da 2<sup>a</sup> fase, de análise de invólucros não-identificados e identificados das propostas técnicas, 27 (vinte e sete) licitantes ao todo, havendo apenas 4 (quatro) contratados, pode-se estimar matematicamente a chance de equivalência entre os resultados preditos e o resultado divulgado na Segunda Sessão, de divulgação das notas das propostas.

O possibilidade de combinações diferentes pode ser calculada pela fórmula matemática do *Arranjo*, com 27 elementos, tomados 4 a 4, representado da seguinte maneira:

$$A_{27,4} = \frac{27!}{(27-4)!}$$

Ao se fazer o cálculo, constata-se haver **421.200 (quatrocentas e vinte e uma mil e duzentas) possibilidades de classificação diferentes, sendo probabilisticamente ínfima a possibilidade de acerto prévio por parte de uma notícia publicada pela imprensa em momento anterior à divulgação do resultado da ordem de classificação das licitantes, o que reforça irrefutavelmente o indício de direcionamento e fraude da Concorrência 01/2021 - SECOM/DF**, em violação aos princípios administrativos básicos da legalidade, da impessoalidade e da moralidade administrativa, do artigo 37 da Lei Maior.

Além disso, vale antecipar, uma das agências participantes não recebeu as notas referentes à sua pontuação, e, também, não foram tornadas públicas as planilhas de avaliação das propostas técnicas das licitantes, o que torna a acender mais alertas quanto à higidez do certame, tendo em vista que, das 4 (quatro) agências mencionadas na

<sup>6</sup> Concorrência 01/2021 - SECOM/DF, Ata de Abertura - Segunda Sessão:

<http://www.comunicacao.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2021/02/Ata-de-Abertura-2a-Sessao-CC-n.o-01-2021.pdf>.

reportagem, 3 (três) se sagraram vencedoras, ao passo que a quarta mencionada ficou incrivelmente próxima da classificação, em quinto lugar.

Só por esses fortes indícios, e levando em conta a baixa probabilidade matemática da ocorrência do evento de interpolação entre as agências preditas como vencedoras por veículo da imprensa em momento anterior à divulgação das notas, na Segunda Sessão da Concorrência 01/2021 - SECOM/DF, e as agências efetivamente classificadas como melhor colocadas, merece a licitação ser integralmente anulada por direcionamento e fraude, diante da impossibilidade de que seja refeita a etapa quando já conhecidas as propostas e as linhas criativas das licitantes, sob pena de violação às normas de direito administrativo e de prejuízo ao erário.

## 2.2. DA AUSÊNCIA DE NOTA PARA UMA DAS AGÊNCIAS (PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA):

Além dos graves indícios de direcionamento explorados no item anterior, a presente licitação teve o seu rito maculado por nulidades insanáveis, que atentam contra os princípios do direito administrativo, em especial da legalidade, impessoalidade e publicidade. Tratam-se de nulidades que foram consumadas na Segunda Sessão Pública, de abertura dos invólucros para a identificação das Propostas e composição da Classificação Final.

Isso porque, ao divulgar o resultado final, a Comissão Especial de Licitação **(i)** não apresentou a nota de um dos licitantes, a saber, a empresa Public Propaganda & Marketing LTDA, resultando na ausência de atribuição de nota a um dos licitantes quando da divulgação da Classificação Final; e **(ii)** não apresentou, em Sessão Pública, as planilhas individuais dos julgadores da Subcomissão Técnica, resultando em impossibilidade de auditoria e verificação, pelos licitantes presentes, das notas atribuídas a cada uma das Propostas.

Assim, no que tange à **primeira nulidade**, conforme é possível verificar na planilha que informou a Classificação Final, escrita em meio ao corpo da Ata, a empresa Public Propaganda & Marketing LTDA aparece em última colocação (27ª), com a nota final de 28,50 (vinte e oito pontos e cinquenta décimos):

27	24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	28,50
----	---	-------

Tal nota, por si só, deveria causar estranheza, ante à discrepância com os demais licitantes. Porém, quando se olha as notas atribuídas a cada licitante na Planilha Geral anexada à Ata da Segunda Sessão pela Comissão de Licitação, é possível constatar que os campos destinados ao Invólucro nº 1 foram deixados em branco para a empresa Public Propaganda, conforme abaixo:

21 - AQUI CONSTRUÍMOS O FUTURO MELHOR	60,7	18-CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA		
22 - BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL		24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP		
23 - GDF: AÇÃO E RENOVACÃO	61,8	01-BABEL PUBLICIDADE LTDA		
27	24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	28,5	28,50	7

Ainda nos documentos anexos à Ata da Segunda Sessão Pública, vemos na Planilha constante na Ata da Reunião da Subcomissão Técnica, datada de 07 de junho de 2021, que a campanha da empresa Public Propaganda igualmente não possui nota atribuída para o Invólucro nº 1:

27º	22	BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL	
-----	----	--	--

**O fato de que a classificação final tenha sido divulgada sem a atribuição de nota a um dos licitantes gera uma nulidade insanável no processo licitatório.** Como se sabe, em licitações, a observância do rito é indispensável para a garantia da legalidade e da impessoalidade. Tratam-se de normas em que *a forma é garantia*; isto é, a forma é parte integrante da legalidade material do ato administrativo.

Em outras palavras, neste tipo de situação, não cabe o argumento de que se trataria de “mera formalidade” porque supostamente a licitante sequer teria “chances reais” de alcançar as primeiras colocações. Tal argumento corresponde justamente às situações que as normas licitatórias coíbem com veemência, uma vez que o axioma jurídico basilar é o de que a competitividade e, por consequência, a vantajosidade, somente podem ser garantidas em um certame público que observe estritamente as formalidades legais.

No caso em tela, isso representa dizer que a nulidade ora ocorrida não coloca questões sobre as “chances reais” da empresa Public Propaganda, mas sobre a **lisura do procedimento licitatório como um todo**.

A ausência de divulgação de *uma* nota macula a publicidade da condução da licitação, gerando, por sua vez, violações à impessoalidade e à legalidade do certame como um todo. A licitação torna-se obscura nos seus métodos de escolha, uma vez que surgem questões como: *Se não houve a avaliação ou atribuição de nota a uma licitante,*

<sup>7</sup> Extratos da Planilha com o Resultado do Julgamento das Propostas Técnicas, contendo as “notas técnicas”.

*como foram atribuídas as notas às demais licitantes? Isto é, se uma licitante foi ilegalmente preterida, o que garante a legalidade da atribuição das notas das licitantes escolhidas?*

Todas essas questões reforçam a condição de indispensabilidade do respeito ao rito. **No momento da divulgação da classificação final, a Comissão Especial de Licitação deveria ter percebido, imediatamente, a ausência de nota nas planilhas apresentadas** e, conseqüentemente, registrado em Ata os motivos de tal ausência, com o intuito de não gerar qualquer tipo de nulidade por violação à publicidade, impessoalidade e legalidade.

Ocorre, no entanto, que a Segunda Sessão prosseguiu normalmente, sem qualquer menção ou registro em Ata de tal violação. Ao contrário do que se esperaria, a Comissão de Licitação ignorou tal ausência de nota durante a Sessão, lavrando, inclusive, que as notas estavam justificadas nos documentos anexados à Ata, apresentados naquele momento aos representantes das licitantes.

Foi somente com a publicação em Diário Oficial que a Comissão Especial de Licitação divulgou uma retificação da nota da licitante Public Propaganda, acrescentando um parágrafo para alegar que se trataria de um “erro material”:

27*	24-Public Propaganda & Marketing Ltda-Epp.	32,3	28,5	60,80	Desclassificada	letra "b" do item 12.4 do edital.
-----	--	------	------	-------	-----------------	-----------------------------------

Esta CEL/SECOM esclarece que foi incluída na tabela acima a nota do invólucro 1 da agência 24-Public Propaganda & Marketing Ltda-Epp (32,3), visto erro material constante da Ata de Reunião de julgamento do invólucro 1 da Subcomissão Técnica datada de 7 de junho de 2021. A Ata de Abertura da Segunda Sessão referente ao Julgamento das Propostas Técnicas e os documentos nela anexados, bem como as planilhas com as notas de cada jurado e suas respectivas justificativas encontra-se disponível no endereço eletrônico: <http://www.comunicacao.df.gov.br/concorrenca-01-2021/>. Abre-se o prazo legal de 5 dias úteis para interposição de recursos. Em caso de interposição de recurso, serão as demais licitantes intimadas, para impugna-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis. Demais informações poderão ser obtidas na Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, situada na Praça do Buriti, Anexo do Palácio do Buriti, 16º andar, sala 1610-C - Brasília/DF, telefone: 0xx(61) 3961.1696, nos dias úteis, de 09:00 às 11:30h e das 14:00 às 17:30h. Processo SEI n.º: 04000-00000796/2020-31-SECOM/DF.

Brasília/DF, 25 de junho de 2021

FÁBIO PAIXÃO DE AZEVEDO

Presidente da Comissão

Veja-se que tal nota não estava ausente apenas na tabela da Ata da Sessão, mas também nos documentos e planilhas anexas à Ata, na Sessão que a mesma Comissão Especial de Licitação não apresentou as Planilhas com os julgamentos dos quesitos individuais da Subcomissão Técnica.

Ora, o bom senso autorizaria a considerar como um “erro material” um erro de ortografia, ou um erro gramatical, ou mesmo um erro de numeração de páginas. Mas a

ausência de uma nota na divulgação da classificação final em uma licitação de 160 milhões de reais? E mais: tal ausência em, no mínimo, três documentos e tabelas apresentadas em Sessão Pública de uma Comissão Especial de Licitação? A evidência de tamanho “erro material” e sequer *uma* menção na Ata da referida Sessão? Ora, o bom senso não permite que se creia, inocentemente, em tamanho amadorismo.

Pede-se a devida vênica, mas tal ausência não pode ser considerada um mero “erro material”.

Pululam daí questões como: O que garante que a referida nota não foi alterada posteriormente? O que garante que as notas não foram acertadas sem a menor preocupação com um julgamento técnico?

Essas questões advém do fato de que a divulgação da nota em momento posterior fere o rito processual licitatório. A divulgação posterior impede a possibilidade de auditar se aquelas eram realmente as notas originalmente proferidas pelos julgadores. É dizer, **o fato da ausência de uma única nota quando da divulgação da Classificação Final em Sessão Pública coloca em xeque a idoneidade da totalidade do julgamento da Subcomissão Técnica e da Comissão Especial de Licitação (CEL-SECOM)**. É justamente por isso que a observância estrita do rito é uma garantia da legalidade e da impessoalidade nas licitações, princípios que agora restam violados no presente certame.

### **2.3. AUSÊNCIA DE DIVULGAÇÃO TEMPESTIVA DAS PLANILHAS INDIVIDUAIS DOS JULGADORES:**

À primeira nulidade (referente à ausência de nota a um dos licitantes) soma-se uma segunda nulidade, correspondente à **ausência de divulgação das planilhas individuais dos julgadores da Subcomissão Técnica quando da Segunda Sessão**. As referidas planilhas só foram publicadas no site de acompanhamento da Licitação dias após a Segunda Sessão de Abertura dos Invólucros.

Ressalte-se que essa ausência de apresentação das planilhas de julgamento da Subcomissão Técnica durante a Sessão Pública impossibilitou aos presentes auditar as notas atribuídas a cada um dos licitantes. Assim, se de um lado havia a ausência de uma nota a um dos licitantes, de outro, a ausência de apresentação das planilhas dos julgadores individuais fez com que a total desconfiança recaísse sobre a avaliação como um todo. Frise-se: uma nota não foi atribuída e não era possível verificar o que os julgadores avaliaram das propostas.

Novamente, ante a essa ausência, nenhuma palavra da Comissão Especial de Licitação na ata da Segunda Sessão. Ou seja, não foi sequer informado quando as planilhas estariam disponíveis para verificação por parte dos licitantes. Uma vez mais emergem questões como: *Se as planilhas individuais dos julgadores não foram apresentadas, o que*

*garante que as notas nas planilhas apresentadas correspondiam às notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica? É dizer, se o instrumento de avaliação da Subcomissão Técnica não foi apresentado, o que garante que o julgamento pela Subcomissão efetivamente ocorreu?*

Como documento anexo à Ata da Segunda Sessão Pública, a Comissão Especial de Licitação apresentou duas atas de reuniões da Subcomissão Técnica, em que supostamente constariam as razões pelas quais o julgamento foi realizado. No entanto, ao lermos as atas, é facilmente perceptível que essas foram lavradas *a posteriori*, referindo-se apenas de modo genérico ao modo como o julgamento foi realizado. Veja-se o que diz o cabeçalho da Ata em que se registra a avaliação do Invólucro nº 1:

**ATA DA REUNIÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2021-SECOM-DF  
PROCESSO SEI Nº 04000-00000796/2020-31**

A Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 01/2021, instituída pela Comissão de Concorrência de Publicidade da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (Secom-DF) para analisar as propostas técnicas relativas à Concorrência Nº 01/2021, reuniu-se diversas vezes entre os dias 12 de abril e 7 de junho de 2021 para avaliar os invólucros de número 1 dos trabalhos apresentados por 27 (vinte e sete) agências de publicidade e propaganda. Das reuniões, participaram os seguintes

Ora, **se a Subcomissão Técnica reuniu-se por diversas vezes entre os dias 12 de abril e 07 de junho, onde estão as atas das referidas reuniões? Onde está a cadeia de custódia dos documentos analisados pela Subcomissão Técnica?** É evidente que tais Atas apresentadas como “sumarização” do julgamento da Subcomissão Técnica comprometem a publicidade da condução dos trabalhos.

Lembre-se que, nessa mesma Ata da Subcomissão Técnica, que, em tese, conteria a avaliação dos Invólucros nº 1, os signatários apuseram firma “sem reparar” que não havia a nota de um dos licitantes, como se pode ver na última folha deste documento:

*21/05*

23º	10	GDF E VOCÊ: RESPEITO AO QUADRADO	39,5
24º	12	RETOMAR, REVIVER, REAVER: BRASÍLIA PULSA, SONHA E SEGUE EM FRENTE	38,7
25º	25	BRASÍLIA. QUANDO SE ACREDITA TUDO É POSSÍVEL	37,0
26º	17	DE VOLTA PARA O FUTURO	35,5
27º	22	BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL	

Concluída essa fase, a Subcomissão Técnica encaminha a presente ata à Comissão de Concorrência de Publicidade para que se dê continuidade ao processo licitatório. Ao mesmo tempo, esta Subcomissão aguarda o recebimento dos invólucros de nº 3 das licitantes para dar início à análise e ao julgamento das propostas, conforme previsto no Edital de Licitação.

Brasília, 7 de junho de 2021

ISAAC MARRA DE CASTRO JÚNIOR

GUSTAVO HENRIQUE FERREIRA GOUVÊIA

PELÁGIO DUARTE SOUSA GONDIM

Ora, como é possível que a Subcomissão Técnica escolhida, mediante sorteio, para avaliar Propostas Técnicas em uma licitação de serviços de publicidade, com contrato de valor de 160 milhões de reais, deixe de notar que não consta a nota de um dos licitantes na Ata que exprime o resultado final de dois meses de trabalho? **Como seria possível condescender que tal ausência seria um mero “erro material”, não só da Comissão Especial de Licitação, mas também da Subcomissão Técnica?**

A resposta é simples: não é possível tal concessão à ingenuidade. Certos objetos depois de serem vistos, são impossíveis de serem não vistos. Esse é o caso da nulidade ora apontada, e que, escancaradamente, viola a legalidade, a moralidade, a impessoalidade e a publicidade da licitação em comento.

A presente situação não comporta saneamento senão o reconhecimento da nulidade do certame. Ainda que se apresentem as comunicações da Subcomissão Técnica, ou a cadeia de custódia dos documentos, não é mais possível regressar ao status de absoluta confiança que havia antes da realização da Segunda Sessão Pública. Acima disso, **não é mais possível reconstituir o anonimato das Propostas Técnicas, agora já reveladas em Sessão Pública.** Logo, todo o ato de saneamento seria um ato para tentar consertar violações do ordenamento jurídico que estão absolutamente evidenciadas, o que geraria apenas mais nulidades em razão da ausência de anonimato.

Impõe-se recordar que a Lei nº 12.232/2010 estabelece, nos seus artigos 11 e 12, uma ordem a ser seguida pelo rito, bem como uma penalidade para o seu descumprimento. Assim, a lei é explicitamente assertiva:

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:**[...]

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

**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;

**VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:**

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

*Am*

**c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;**

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993; [...]

**Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.**

Como se pode ver, a lei é categórica ao impor que a Subcomissão Técnica deverá elaborar a(s) Ata(s) de julgamento e encaminhá-la(s) "**juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso**" (Art. 11, §4º, IV). É somente de posse de tais documentos que a Comissão Especial de Licitação poderá realizar a Sessão Pública para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os devidos procedimentos, em especial a "**elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica**" (Art. 11, §4º, VII, c).

O referido diploma legal determina, ainda, que o descumprimento de qualquer dispositivo que ordena o rito da licitação "**implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade**" (Art. 12).

Cabe mencionar que a jurisprudência pátria é segura frente a situações semelhantes ao caso em tela. Neste sentido, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal já reconheceu que a ausência de nota dos licitantes enseja ilegalidade insanável, conforme o seguinte aresto:

ADMINISTRATIVO. PROCESSUAL CIVIL. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. EDITAL. CRITÉRIOS DE DESEMPATE. NOTAS. DIVULGAÇÃO. CITAÇÃO. LICITANTES. DESNECESSIDADE.

2022

[...] 2. A ausência de publicação das notas atribuídas aos demais candidatos licitantes impede a análise, pelo administrado, do cumprimento das disposições veiculadas no Edital relacionadas ao critério de desempate, ferindo o princípio da publicidade, legalidade, impessoalidade, moralidade e vinculação ao instrumento convocatório. 3. Segurança concedida.

(TJ-DF 07117361220178070000 DF 0711736-12.2017.8.07.0000, Relator: GETÚLIO DE MORAES OLIVEIRA, Data de Julgamento: 04/12/2017, 1ª Câmara Cível, Data de Publicação: Publicado no DJE: 18/12/2017)

É evidente, portanto, que o presente caso demanda a anulação do certame, uma vez que a Comissão Especial de Licitação **(i)** não apresentou a nota de um dos licitantes (Public Propaganda & Marketing LTDA), resultando na ausência de atribuição de nota a um dos licitantes quando da divulgação da Classificação Final; e **(ii)** não apresentou, em Sessão Pública, as planilhas individuais dos julgadores da Subcomissão Técnica, resultando em impossibilidade de auditoria e verificação, pelos licitantes presentes, das notas atribuídas a cada uma das Propostas, descumprindo, dessa forma, dispositivos explícitos da Lei nº 12.232/2010 e, conseqüentemente, a legalidade, a moralidade, a impessoalidade e a publicidade.

#### **2.4. SEMELHANÇA DOS INDÍCIOS DE IRREGULARIDADE DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 - SECOM/DF COM AQUELES DENUNCIADOS PELA IMPRENSA EM 2017 SOBRE A CONCORRÊNCIA Nº 2016/00003 - DISEC, DO BANCO DO BRASIL:**

Em 23/4/2017, o jornal *Folha de São Paulo* publicou notícia antecipando, preditivamente, o resultado da Concorrência nº 2016/00003 (8558) - Diretoria de Suprimentos, Infraestrutura e Patrimônio/DF (DISEC), do Conglomerado Banco do Brasil S.A, para a contratação de até 3 (três) agências de publicidade, no valor total de R\$ 500.000.000,00 (quinhentos milhões de reais) por ano, que poderia chegar a R\$ 3.000.000.000,00 (três bilhões de reais) caso operadas todas as prorrogações autorizadas por lei.<sup>8</sup>

A Folha predisse que a agência Multi Solution Publicidade e Comunicação Ltda (CNPJ 01.796.785/0001-13) estaria entre as 3 (três) melhores classificadas. A chance de acerto era probabilisticamente ínfima, assim como ocorre nesta Concorrência 01/2021 - SECOM/DF:

<sup>8</sup> Edital: <https://static.poder360.com.br/2017/03/concorrancia-banco-do-brasil-publicidade.pdf>.



desta, foram classificadas em 2º e 3º lugar as agências Nova SB Comunicação S.A., curiosamente também classificada na Concorrência 01/2021 - SECOM/DF, e Zmais Agência de Publicidade Ltda. (CNPJ 66.888.868/0001-88)º.

Ao analisar as justificativas de nota atribuídas às licitantes, a Folha de São Paulo constatou, na época, que haviam sido atribuídas notas diferentes para os mesmos quesitos/problemas técnicos, sempre em favorecimento à agência Multi Solution Publicidade e Comunicação Ltda., dando fortes indícios de direcionamento do certame:

Editoria de Arte/Folhapress

CÓDIGO DA EMPRESA: <b>Calia</b>	<b>NOTA DO QUESITO</b>
	<b>12,00</b>

**JUSTIFICATIVAS**

Não foi informado nenhum cliente com o porte do Banco do Brasil e pouco com porte similar.

Não foi evidenciada de forma completa, as quantidades ou qualificações dos profissionais que estarão à disposição execução dos serviços no Banco, conforme item 2.2.3, item b do Edital "Quantificação e Qualificações".

Nota da agência Calia no quesito capacidade de atendimento, com justificativas

º Em 2019, tornou-se "Havas+":

<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2019/10/14/z-muda-sua-marca-para-havas.html>

CÓDIGO DA EMPRESA: <b>Multisolution</b>	NOTA DO QUESITO
	13,08
JUSTIFICATIVAS	
<p>Não foi informado nenhum cliente com o porte do Banco do Brasil e poucos com porte similar.</p> <p>Não foi evidenciada, de forma completa, as quantidades e qualificações dos profissionais que estarão à disposição para execução dos serviços ao Banco, conforme item 2.2.3, item b do Edital "Quantificação e Qualificações".</p>	

Nota da agência Multisolution o quesito capacidade de atendimento, com justificativas

Em resposta às “denúncias” da imprensa, o Banco do Brasil informou que abria “[...] *uma auditoria interna para apurar os fatos e que o resultado do procedimento será fundamental para a finalização da licitação. De acordo com o banco, o processo de concorrência ainda não está concluído e ele obedece rigorosamente a legislação. O Banco do Brasil afirma que a definição das empresas classificadas seguiu critérios técnicos, conforme os parâmetros previstos no edital público e que, na quarta-feira (26), vai divulgar em detalhes todas as propostas apresentadas na licitação*”.<sup>10</sup>

Instaurada a auditoria interna para apurar os fatos, o Banco do Brasil emitiu, em 12/5/2017, comunicado oficial informando a revogação do processo licitatório para a contratação das agências de publicidade Multisolution, Nova/SB e Z+, por ter detectado, por meio da auditoria interna, conflitos de interesse de um dos avaliadores do certame. *In verbis:*

I- Foi revogado, nesta data, o processo licitatório para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade ao Conglomerado BB;

II- A decisão ocorreu após apurações internas de denúncias veiculadas na imprensa;

<sup>10</sup> Conforme G1, em 25/4/2017: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2017/04/resultado-de-licitacao-do-banco-do-brasil-vaza-antes-do-anuncio-oficial.html>.

III- Não foi possível comprovar que tenha havido vazamento ou favorecimento;

IV- Porém, **as investigações identificaram evidências de conflito de interesse que não foi declarado previamente à comissão por um dos integrantes indicados por órgão externo para compor a subcomissão técnica.** Isso, apesar de todos os integrantes da subcomissão terem assinado declaração de inexistência de conflito de interesse;

V- Considerou-se que **tais circunstâncias poderiam ensejar recursos administrativos e judiciais, de modo a impedir a finalização do certame, além de manter incerteza sobre a lisura e regularidade do processo com potencial dano à imagem do banco;**

VI- Sob orientação da Diretoria Jurídica, por dever de diligência e em atenção ao princípio da moralidade administrativa, o Conselho Diretor decidiu pela revogação do certame, exercendo a prerrogativa prevista na Súmula 473 do Supremo Tribunal Federal.

VII - O Banco do Brasil divulgará oportunamente novo edital e implementará recomendações da auditoria para aprimoramento do processo.

Em 16/5/2017, terça-feira, foi publicado no Diário Oficial da União (D.O.U) Nº 92, o Aviso de Revogação da licitação emitido pelo Presidente da Comissão de Licitação, o sr. Éber Ciqueira da Silva, com fundamento no artigo 49 da Lei nº 8.666/93<sup>11</sup>, nos termos seguintes<sup>12</sup>:

<sup>11</sup> L 8.666/93, art. 49. A autoridade competente para a aprovação do procedimento somente poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

<sup>12</sup> DOU, Seção 3, Nº 92, terça-feira, 16 de maio de 2017 - ISSN 1677-7069. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/dilog/dwn/avreCC16.00003.pdf>.

## AVISO DE REVOGAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 2016/00003 (8558) - Diretoria de Suprimentos, Infraestrutura e Patrimônio - Brasília (DF); OBJETO: Contratação de até 03 (três) Agências de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade do Conglomerado Banco do Brasil S.A; Comunicamos que foi revogada a licitação à epígrafe com fundamento no art. 49 da Lei 8.666/93.

ÉBER CIQUEIRA DA SILVA  
Presidente da Comissão de Licitação

DOU, Seção 3, Nº 92, terça-feira, 16 de maio de 2017

Por conta desse ocorrido, bastante similar aos fatos denunciados por meio do presente recurso, a comentada licitação foi integral e devidamente anulada.

### **2.5. EQUÍVOCOS NO JULGAMENTO DE MÉRITO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:**

Para além das nulidades apontadas acima, que acarretam a nulidade do certame, pelos motivos expostos, também é forçoso indicar as impropriedades ocorridas no julgamento de mérito das propostas técnicas.

O objetivo de comunicação exposto no *briefing* do Edital deixava bem claro que a campanha precisava demonstrar a disposição do Governo do Distrito Federal em trabalhar para recuperar os valores de nossos pioneiros. Além disso, também destacava uma sensibilização da opinião pública para todos abraçarem essa ideia e recuperarem juntos o sentimento de esperança. Contudo, isso não foi abordado nas propostas da maioria das agências que ficaram nas primeiras colocações, como detalhado a seguir:

#### **NOVA S/B**

Uma campanha inteiramente focada nos números e entregas do governo. Os filmes sequer citam os valores dos pioneiros ou qualquer coisa parecida. A palavra “orgulho” só é falada no meio do jingle. Também não há qualquer tipo de ação de mobilização da opinião pública para um resgate do sentimento de esperança. Apenas um *call to action* frio para o hot site da campanha.

#### **PROPEG**

O filme já inicia afirmando que o “orgulho está voltando para o Distrito Federal”. Mas não contextualiza nada. Orgulho de quê? Como ele havia surgido? É uma tentativa frágil de se conectar com o *briefing*. A agência parece acreditar que o simples fato de termos obras pela cidade vai fazer o cidadão se sentir orgulhoso. Isso é simplista e

ingênuo. Sentir orgulho de onde se vive é algo mais complexo e refinado. A realização de obras, por si só, é uma obrigação do governo e não cumpre esse papel.

### **BABEL**

"A vida pede ação e renovação" é o tema da campanha que não cita os valores pioneiros sequer uma vez. O filme foge do *briefing* completamente ao se concentrar apenas em entregas de obras e na retomada pós-Covid. Também não há nenhum tipo de esforço de mobilização popular para o resgate do sentimento de esperança. Apenas citar que o DF está se reerguendo não cumpre esse papel.

### **CALIA/Y2**

Uma campanha focada em obras e que ignora os pedidos do *briefing*: recuperação dos valores pioneiros e mobilização da população. As peças fazem um comparativo ação/resultado citando melhorias específicas no dia a dia da população. Mas isso não representa resgate, nem orgulho, apenas causa e consequência. O sentimento de esperança e os valores pioneiros foram completamente ignorados.

### **AV**

A campanha segue os objetivos do *briefing*, fazendo a relação das qualidades dos pioneiros com os predicados do GDF nesse grande movimento de reconstrução. O orgulho e o trabalho estão presentes no discurso, além das imagens históricas da construção de Brasília que são fundamentais para a manutenção dessa narrativa. Depois disso, seguem, corretamente, os números e obras realizadas. O que faltou na campanha é o chamamento para a população se engajar nesse movimento também e abraçar a ideia da reconstrução, conforme pedido no *briefing*.

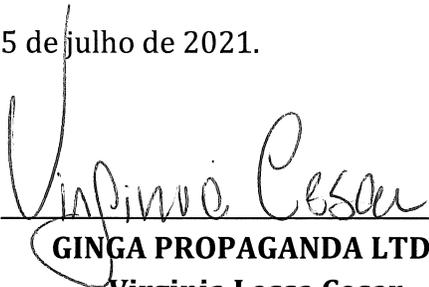
### **3. DOS PEDIDOS:**

Por essas razões de fato e de direito, **requer-se:**

- a. **a suspensão, imediata, da Concorrência nº 01/2021 - SECOM/DF,** em razão das nulidades apresentadas no presente recurso, a fim de que seja aberta investigação sobre as etapas realizadas pela Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, averiguando-se a higidez do certame;
- b. a publicação e acesso integral às cópias das comunicações e da cadeia de custódia dos documentos da Subcomissão Técnica, bem como a realização de auditoria sobre tais documentos;

- c. **a anulação integral da Concorrência nº 01/2021 - SECOM/DF**, com fulcro no Art. 12 da Lei nº 12.232/2010, dada a impossibilidade de convalidação dos atos juridicamente maculados praticados no certame, por violação literal dos dispositivos do Art. 11, §4º, IV, V e VII, c, da Lei 12.232/2010, bem como por violação aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade, e que indicam possível direcionamento desta licitação pública, não sendo possível que seja refeito o julgamento atualmente, momento em que as campanhas já possuem as autorias conhecidas.

Brasília, Distrito Federal, 5 de julho de 2021.

  
\_\_\_\_\_  
**GINGA PROPAGANDA LTDA.**  
**Virginia Lessa Cesar**  
**RG 804.393 SSP/DF**  
**CPF: 444.470.781-04**

**ROL DE ANEXOS**

- i) Documentos da Concorrência 01/2021 - SECOM/DF;
- ii) Notícias demonstrando indícios de direcionamento da Concorrência 01/2021 - SECOM/DF;
- iii) Notícias demonstrando ocorrência de situação similar, de fraude à licitação, na Concorrência nº 2016/00003 (8558) - DISEC, do Banco do Brasil.

*2021*

# Anexo 1



**GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL**  
**SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL**  
**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CEL/SECOM**  
**CONCORRÊNCIA N.º 01/2021-SECOM/DF**  
**ATA DE ABERTURA - SEGUNDA SESSÃO**

Ao vinte e quatro dia do mês de junho de dois mil e vinte e um, às 15 (quinze) horas, no auditório do edifício sede do Departamento de Trânsito do Distrito Federal-Detran/DF, situado no SAM Bloco "B" lote "A" - Asa Norte - Brasília/DF, reuniram-se em sessão pública os membros da Comissão Especial de Licitação-CEL, designada por meio da Portaria/SECOM-DF n.º 47 de 28 de dezembro de 2020, publicada no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF n.º 244, de 29 de dezembro de 2020, página 45, para cumprir a pauta estabelecida no subitem 19.3 do edital, concernente à modalidade de **CONCORRÊNCIA N.º 01/2021-SECOM/DF**, cujo objeto é a obtenção de propostas para a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por 04 (quatro) agências de propaganda, com o objetivo de atender os Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, conforme prevê o artigo 22 do decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, constante do processo SEI n.º 04000-00000796/2020-31 da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal. Iniciando a sessão às 15 (quinze) horas e 20 (vinte) minutos o Presidente declarou aberta a sessão:a) informando que a presente sessão foi convocada por meio do Aviso de Licitação – Nova Abertura publicada no DODF, DOU e nos classificados do Jornal de Brasília de 22 de junho de 2021, devidamente disponibilizados no Portal da SECOM/DF; b) apresentando os membros da CEL/SECOM-DF aos presentes no Plenário, agradecendo a participação de todos; c) ressaltando a contribuição dos membros da CEL/SECOM, da equipe de apoio, da equipe de informática da SECOM/DF e da contribuição dos técnicos da Agência Brasília que realizará a gravação ao vivo da Sessão com a divulgação na internet e a disponibilização dos arquivos no processo SEI citado no preâmbulo; d) Alertou a todos quanto a obrigatoriedade do uso de máscaras (Decreto Distrital n.º 41.913/2021), esclareceu que foram aferidas as temperaturas corporais de todas as pessoas presentes no Plenário constatando que nenhum dos presentes na Sessão encontravam-se em estado febril e informou que estão disponibilizados álcool em gel 70% para uso de todos e e) E por fim, o Presidente solicitou que todos os presentes mantivessem a distância recomendada em atendimento as medidas de enfrentamento ao Covid-19, esclarecendo que foi delimitado o espaço entre as poltronas do plenário por fitas, devendo cada participante sentar-se nas poltronas disponíveis. Continuando a Sessão o Presidente explicou aos presentes que o rito da sessão seguirá a pauta constante do item 19.3 do edital, com projeção em telão utilizando retroprojeter. Dando continuidade aos trabalhos, o Presidente convocou os representantes na presente sessão de acordo com os representantes credenciados na primeira sessão realizada no dia 9.4.2021 (item 8.3 do edital), tendo credenciado novo(s) representante(s) para(s) licitante(s): 17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA, os demais presentes foram representados pelas pessoas credenciadas na primeira sessão. Após foi confeccionada a Lista de Presença desta segunda Sessão com as respectivas rubricas dos licitantes presentes, sendo a mesma anexada a presente Ata (letra "a" do item 19.3 do edital). Tendo comparecido os representantes legais das seguintes licitantes: 01-BABEL PUBLICIDADE LTDA; 02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA; 03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA; 04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A; 05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA; 06-GINGA PROPAGANDA LTDA; 07-CANNES PUBLICIDADE LTDA; 08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA; 09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A; 10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA; 12-LUA PROPAGANDA LTDA; 15-ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA; 16-CÁLIX SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI; 17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA; 18-CALIA|Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA; 20-PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA e 26-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA. Após verificar que os representantes legais das licitantes preenchiam as condições de participação fixadas no Edital, o Presidente, solicitou que elegessem, dentre eles, 3 (três) representantes para comporem Comissão de Representantes das Licitantes (item 19.1.2.1 do edital), que em seu nome, tomar conhecimento, rubricar e examinar o conteúdo do invólucro n.º 2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e acompanhar o cotejo com os Planos de Comunicação Publicitária Via Não identificada constantes dos invólucros 1 para a identificação de sua autoria. Sendo eleitos os representantes ao representantes credenciados na primeira Sessão, ou seja, as licitantes: 01-BABEL PUBLICIDADE LTDA; 02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA e 03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. Os eleitos foram convidados para comporem a mesa. Ato contínuo, o Presidente convocou os membros da CEL/SECOM, os membros da Comissão de Representantes das Licitantes e os demais presentes para atestarem se os invólucros n.º 2 - Plano de Comunicação Publicitária-Via Identificada estavam devidamente lacrados, sendo confirmado por todos sua inviolabilidade. Também ficou constatado que nenhum dos invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) apresentados pelas licitantes apresentavam elementos que possibilitassem

a identificação de qualquer das licitantes. O Presidente com apoio dos membros da CEL/SECOM, procedeu a abertura dos invólucros n.º 2 - Plano de Comunicação Publicitária-Via Identificada, sendo aberto um invólucro de cada vez, disponibilizando seus conteúdos para o Presidente, os membros da CEL/SECOM e os membros da Comissão de Representantes das Licitantes examinarem e rubricarem. Para agilizar os procedimentos de rubricas, a Comissão de Representantes das Licitantes e a CEL/SECOM sugeriram que nos cadernos referente ao Plano de Comunicação Publicitária-Via Identificada, fossem rubricadas somente a primeira e a última folha de cada caderno constantes dos invólucros n.º 2. Tendo todos os demais licitantes presentes acatado a sugestão. Após o procedimento acima, todos os cadernos referentes aos invólucros n.º 2 - Plano de Comunicação Publicitária-Via Identificada foram dispostos na mesa central. O Presidente com apoio dos membros da CEL/SECOM procedeu a abertura, um de cada vez, dos invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária-Via Não Identificada) retirando o caderno referente ao Plano de Comunicação Publicitária respectivo para realizar o cotejo com os cadernos dos invólucros n.º 2 dispostos na mesa, contando novamente com o apoio dos membros da CEL/SECOM e dos membros da Comissão de Representantes das Licitantes eleita para identificação da autoria do respectivo Plano de Comunicação Publicitária. A partir da identificação da autoria de cada Plano de Comunicação Publicitária, foram lançadas na Planilha Geral - Propostas Técnicas a correlação da Agência com o seu respectivo tema. O procedimento foi repetido até a identificação de autoria dos Planos de Comunicação Publicitária de todos os licitantes, conforme dispõe a letra "c" do item 19.3 do edital. Após o lançamento das notas do invólucro n.º 1, o Presidente divulgou, as notas do invólucro 3 lançando na Planilha Geral-Propostas Técnicas, uma a uma, as notas dadas pela Subcomissão quando do julgamento do invólucro n.º 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com sua projeção utilizando retroprojektor. Continuando a pauta definida na letra "e" do item 19.3 do edital foi proclamada a pontuação final das Propostas Técnica apresentadas, tendo o Presidente informado a todos que as Notas aplicadas pela Subcomissão Técnica referente ao julgamento dos Invólucros n.º 1 e n.º 3 e o somatório das respectivas Notas de cada licitante em ordem decrescente estão dispostas conforme Planilha Geral - Propostas Técnicas anexada a presente Ata. Sendo as notas finais assim distribuídas:

Ordem	Licitante	Nota Final
01	09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A	98,50
02	04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A	97,20
03	01-BABEL PUBLICIDADE LTDA	96,80
04	18-CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	92,90
05	03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	92,30
06	14-BERTONI COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA-ME	89,70
07	02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA	87,60
08	20-PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA	83,20
09	08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA	82,90
10	15-ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA	82,40
11	17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA	80,80
12	22-E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	80,20
13	26-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA	79,50
14	21-GRITO PROPAGANDA EIRELI - EPP	79,00
15	16-CÁLIX SERV. DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI	78,40
16	25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI	76,50
17	10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA	76,50
18	27-BCA PROPAGANDA LTDA	75,60
19	05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	74,50
20	13- EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA	74,30
21	11-OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA	73,70
22	12-LUA PROPAGANDA LTDA	69,50
23	06-GINGA PROPAGANDA LTDA	69,20
24	07-CANNES PUBLICIDADE LTDA	69,20
25	19-ZIAD A. FARES PUBLICIDADE	68,70
26	23-AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	65,00
27	24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	28,50

Após a classificação final verificou-se a ocorrência de empate nas notas das empresas 10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA e 25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, tendo agência 25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI classificada a frente da agência 10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA conforme item 12.5 do edital. Também ocorreu empate nas notas das empresas 06-GINGA PROPAGANDA LTDA e 07-CANNES PUBLICIDADE LTDA, tendo agência 06-GINGA

PROPAGANDA LTDA classificada a frente da agência 07-CANNES PUBLICIDADE LTDA conforme item 12.5 do edital. A nota do involucro 1 da agência 24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP não foi informado na relação de notas da Subcomissão Técnica. O Presidente informou que o resultado geral das propostas técnicas ora proferido será divulgado no DODF, DOU e Jornal de Grande Circulação e Portal SECOM/DF, intimando o(s) interessado(s) para que no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da referida publicação, tiverem interesse de interpor recurso administrativo quanto ao julgamento proferido, conforme disposto no item 22.1 do Edital. A Sessão continuou tendo a CEL/SECOM informado aos presentes que suspenderá a presente Sessão, informando que os conteúdos dos invólucros n.º 1, n.º 2 e n.º 3 estão disponíveis a todos interessados para vistas, devendo o representante legal comparecer na CEL/SECOM, situada na Praça do Buriti, Anexo do Palácio do Buriti, 16º andar, sala 1610-D - Brasília/DF, nos dias úteis, de 09:00 às 11:30h e das 14:00 às 17:30h. Telefone: 0xx(61) 3961.1696, munidos de solicitação por escrito e arquivos digitais para se necessário efetuar gravação (câmera fotográfica, pen drive, hd externo, etc). A presente Ata e os documentos nela anexados, bem como as planilhas com as notas de cada jurado e suas respectivas justificativas serão disponibilizados no endereço eletrônico: <http://www.comunicacao.df.gov.br/concorrencia-01-2021/>. Vencida esta etapa o Presidente indagou se havia alguma manifestação, a ser registrada e juntada a esta Ata, a representante credenciada da agência 06-GINGA PROPAGANDA LTDA, a sra. Virginia Lessa Cesar, informou que o suposto resultado saiu em reportagem na imprensa. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente deu por encerrado os trabalhos às 17 horas e 43 minutos, lavrando a presente Ata, que se estiver conforme será assinada pelo Sr. Presidente, Membros e Licitantes presentes. Brasília, 24 de junho de 2021.

**Fábio Paixão de Azevedo**  
Presidente

**Icaro Vinícius de Souza da Silva**  
Membro

**Michel Alves dos Santos**  
Membro

**Roberto Antônio de Queiroz**  
Membro

**Elisabete Silva Oliveira**  
Membro

Representantes das Licitantes presentes até o final da Sessão:

01-BABEL PUBLICIDADE LTDA;

02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA;

03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA;

05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA;

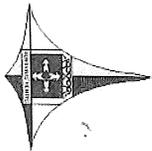
06-GINGA PROPAGANDA LTDA;

08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA;

09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A.;

16-CÁLIX SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI;

20-PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA.



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA N.º 01/2021-SECOM/DF

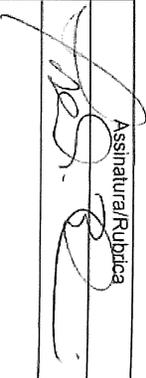
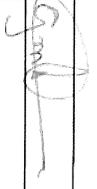
**LISTA DE PRESENCIA - SEGUNDA SESSÃO**

Dia: 24.06.2021 - Horário: 15:00 horas

Local: Auditório do edifício sede do Departamento de Trânsito do Distrito Federal-DeTRAN/DF, situado no SAM Bloco "B" lote "A" - Asa Norte - Brasília/DF.

Ordem	Empresa Licitante	CNPJ/CPF n.º	Representante Legal	Credenciado	CPF n.º	Assinatura/Rubrica
1	BABEL PUBLICIDADE LTDA	09.144.180/0001-50	Luiz Paulo do Amaral		194506908-96	[Handwritten Signature]
2	DEBRITO PROPAGANDA LTDA	00.000.424/0003-18	Marcuce Mercês Luz		009258.95-85	Marcuce M. Luz
3	AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	01.688.354/0001-33	Fabiano Dutra de Andrade		189.031.821-53	[Handwritten Signature]
4	PROPEG COMUNICAÇÃO S/A	05.428.409/0003-99	Ana Emilia Medina Lima		920389645-2	[Handwritten Signature]
5	TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	37.526.019/0001-86	Marcelo Souza Barreto		26752447569	[Handwritten Signature]
6	GINGA PROPAGANDA LTDA	10.609.985/0001-00	Virginia Lessa Cesar		444420.281.04	[Handwritten Signature]
7	CANNES PUBLICIDADE LTDA	01.542.307/0001-87	Divino José de Sousa		102686787	[Handwritten Signature]
8	BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA	72.190.242/0001-04	Lorena Thais Oliveira Pinto		29433960149	[Handwritten Signature]
9	NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A	57.118.929/0001-37	Ana Cristina Gonçalves Oliveira		37222740104	[Handwritten Signature]
10	AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA	61.704.482/0001-55	Audrey Buglian Van Munster		24440265.89	[Handwritten Signature]
11	OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA	50.185.198/0001-01	Michel Halbi			[Handwritten Signature]
12	LUA PROPAGANDA LTDA	05.916.755/0001-54	Caio Almeida Monteiro Rego		715.855.35425	[Handwritten Signature]
13	EBM QUINTO COMUNICAÇÃO LTDA	14.470.051/0001-91	Eduardo Brígido Monteiro Neto			[Handwritten Signature]
14	BERTONI COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA-ME	11.430.190/0001-01	José Paulo Bertoni de Assis			[Handwritten Signature]
15	ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA	90.771.544/0001-40	Melissa Fátima da Silva		52446522087	[Handwritten Signature]
16	CÁLIX SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI	05.893.556/0001-78	Nilton Pereira dos Santos		004.839.101-14	[Handwritten Signature]
17	PROPAGANDA DESIGUAL LTDA	13.033.901/0003-93	Beline Nogueira Barros		002.129.041-62	[Handwritten Signature]
18	CALAIY2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	04.784.569/0002-27	Silvana Lopes Ferreira		959.691.91-22	[Handwritten Signature]
19	ZIAD A. FARES PUBLICIDADE	04.870.907/0001-62	Frederico Brunno Padula Parma			[Handwritten Signature]

[Handwritten signatures and initials]

Ordem	Empresa Licitante	CNPJ n.º	Representante Legal Credenciado	CPF n.º	Assinatura/Rubrica
20	PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA	05.214.451/0001-45	Magali Barbiani	486.717.200-63	
21	GRITO PROPAGANDA EIRELI - EPP	18.143.175/0001-13	Carlos Alberto de Souza e Silva Junior	018.099.755-65	
22	E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	04.956.954/0001-23	Janaina Tomaz de Andrade	359.359.688-19	
23	AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	11.129.166/0001-29	Ângelo Roberto Souza Cruz	061.580.426-84	
24	PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	06.170.766/0001-09	Zelma Coelho Santos	456.417.061-91	
25	TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI	81.078.289/0001-63	Adalberto Eschholz Diniz	354.307.029-00	
26	FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA	03.509.498/0001-00	Gabriela Murad Albuquerque	370.706.048-90	
27	BCA PROPAGANDA LTDA	03.598.189/0001-54	Bruno Figueiredo de Medeiros	OAB/PE n.º 23.259	





GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO - CEL/SECOM  
CONCORRÊNCIA N.º 01/2021-SECOM/DF

RESULTADO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - NOTA TÉCNICA

INVOLUCRO Nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA	TEMA	NOTA INVOLUCRO Nº 1	PLANILHA GERAL - PROPOSTAS TÉCNICAS - CONCORRÊNCIA N.º 01/2021-SECOM/DF		NOTA INVOLUCRO Nº 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	NOTA INVOLUCRO Nº 3	NOTA INVOLUCRO Nº 1	TOTAL NOTA TÉCNICA
			COITEO - Invólucro n.º 1 com Invólucro n.º 2 Letra "c" do Item 19.3 do edital	AGÊNCIA				
01 - A GENTE QUER O DF SORRINDO		50,8	17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA		09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S/A	35	63,5	98,50
02 - EU POSSO		45,2	06-GINGA PROPAGANDA LTDA		04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A	35	62,2	97,20
03 - DÁ GOSTO DE VER		47,3	21-GRITO PROPAGANDA EIRELI - EPP		02-BABEL PUBLICIDADE LTDA	35	61,8	96,80
04 - AVANÇAR AINDA MAIS		53,8	02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA		18-CALIA IY2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	32,2	60,7	92,90
05 - BRASÍLIA, AQUI COMEÇA O NOVO BRASIL		45,3	25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI		03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	33,5	58,8	92,30
06 - NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO É VOCE		51,8	20-PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA		14-BERTONI COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA-ME	28,7	61	89,70
07 - TRABALHANDO PARA VENCER DESAFIOS		47,2	16-CALIX SERV. DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI		02-DEBRITO PROPAGANDA LTDA	33,8	53,8	87,60
08 - O GDF FAZ		63,5	09-NOVA SB COMUNICAÇÃO S/A		20-PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA	31,4	51,8	83,20
09 - JUNTOS, A GENTE COLOCA TUDO NOS EIXOS		44,7	05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA		08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA	33,2	49,7	82,90
10 - GDF É VOCE, RESPEITO AO QUADRADO		39,5	12-LUA PROPAGANDA LTDA		15-ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA	32,2	50,2	82,40
11 - DISTRITO FEDERAL, SOMOS UM EXEMPLO PARA O BRASIL		61	14-BERTONI COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA-ME		17-PROPAGANDA DESIGUAL LTDA	30	50,8	80,80
12 - RETOMAR, REVER, REAVER: BRASÍLIA PULSA, SONHA E SEGUE EM FRETE		38,7	07-CAINES PUBLICIDADE LTDA		22-E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	32	48,2	80,20
13 - É TEMPO DE SUPERAÇÃO		58,8	03-AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA		26-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA	33,8	45,7	79,50
14 - PLANEJADO PARA O FUTURO		44,8	27-BCA PROPAGANDA LTDA		21-GRITO PROPAGANDA EIRELI - EPP	31,7	47,3	79,00
15 - É TEMPO DE UNIÃO, CORAGEM E ESPERANÇA		44,3	10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA		16-CALIX SERV. DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI	31,2	47,2	78,40
16 - RECONSTRUINDO JUNTOS A CAPITAL, DA ESPERANÇA, A ESPERANÇA (MORA AQUI)		45,7	26-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA		25-TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI	31,2	45,3	76,50
17 - DE VOLTA PARA O FUTURO		35,5	23-AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA		10-AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA	32,2	44,3	76,50
18 - A ENTREGA VEM, O ORGULHO VOLTA		62,2	04-PROPEG COMUNICAÇÃO S/A		27-BCA PROPAGANDA LTDA	30,8	44,8	75,60
19 - PARA ALÇAR GRANDES VÔOS, O DF CONTA COM VOCE		45	11-OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA		05-TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	29,8	44,7	74,50
20 - GDF, TEM A NOSSA FORÇA		49,7	08-BINDER + FC COMUNICAÇÃO LTDA		13-EBM QUINTO COMUNICAÇÃO LTDA	30,3	44	74,30
21 - AQUI CONSTRUIMOS O FUTURO MELHOR		60,7	18-CALIA IY2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA		11-OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA	28,7	45	73,70
22 - BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL			24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP		12-LUA PROPAGANDA LTDA	30	39,5	69,50
23 - GDF: AÇÃO E RENOVACÃO		61,8	02-BABEL PUBLICIDADE LTDA		05-GINGA PROPAGANDA LTDA	24	45,2	69,20
24 - NOSSO TRABALHO TRANSFORMA O DF, NOSSA FORÇA INSPIRA O BRASIL		48,2	22-E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA		07-CAINES PUBLICIDADE LTDA	30,5	38,7	69,20
25 - BRASÍLIA, QUANDO SE ACREDITA TUDO É POSSÍVEL		37	19-ZIAD A. FARES PUBLICIDADE		19-ZIAD A. FARES PUBLICIDADE	31,7	37	68,70
26 - DESDE SEMPRE, UM PASSO À FRENTE		44	13-EBM QUINTO COMUNICAÇÃO LTDA		23-AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	29,5	35,5	65,00
27 - A GENTE BUSCA O MELHOR QUE VOCE: UMA BRASÍLIA MELHOR		50,2	15-E3 COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA		24-PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA-EPP	29,5		28,50

**ATA DA REUNIÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2021-SECOM-DF**  
**PROCESSO SEI Nº 04000-00000796/2020-31**

A Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 01/2021, instituída pela Comissão de Concorrência de Publicidade da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (Secom-DF) para analisar as propostas técnicas relativas à Concorrência Nº 01/2021, reuniu-se diversas vezes entre os dias 12 de abril e 7 de junho de 2021 para avaliar os invólucros de número 1 dos trabalhos apresentados por 27 (vinte e sete) agências de publicidade e propaganda. Das reuniões, participaram os seguintes integrantes da Subcomissão, escolhidos por meio de sorteio: ISAAC MARRA DE CASTRO JÚNIOR, GUSTAVO HENRIQUE FERREIRA GOUVÊIA e PELÁGIO DUARTE SOUSA GONDIM. Cada membro recebeu um número (de 1 a 3) de identificação para proceder ao julgamento de cada planilha. O número de identificação está anotado nas planilhas, mas os nomes dos respectivos jurados foram mantidos em sigilo para preservar o direito de privacidade, conforme previsto na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. As reuniões de trabalho sempre ocorreram na sala 1610-B do 16º andar do anexo do Palácio do Buriti, em Brasília-DF. A sala dispunha de dois computadores, mesas, cadeiras e armários com chaves. Somente os membros da subcomissão tinham acesso à sala. Nessas reuniões, a Subcomissão Técnica avaliou e julgou as propostas apresentadas pelas 27 agências de publicidade. As propostas foram acondicionadas em invólucros padronizados não identificados (pastas de plásticos na cor preta, não transparentes), entregues pelo presidente da Comissão de Concorrência de Publicidade, FÁBIO PAIXÃO DE AZEVEDO. As 27 pastas foram armazenadas em três armários. Antes da abertura dos invólucros, foram definidos os procedimentos que seriam seguidos pelos membros da Subcomissão, tendo como base o Edital de Licitação. Foi então adotado o seguinte rito: 1) - Leitura e discussão do Edital de Licitação; 2) - Leitura e discussão sobre o entendimento do *briefing*; 3) - Leitura dos pedidos de esclarecimentos dos licitantes (sem os nomes das agências consulentes e de seus responsáveis) e das devidas respostas da Comissão de Concorrência; 4) - Leitura dos dispositivos do edital sobre a apresentação, análise e julgamento das Propostas Técnicas; e 5) - E discussão e definição da dinâmica de trabalho. Após essas definições, deu-se início à análise e ao julgamento propriamente dito das propostas. Ao ser retirado do armário para avaliação da proposta, o invólucro era etiquetado, interna e externamente, com um número.

*Handwritten signatures and initials on the right margin, including names like 'Fábio Paixão de Azevedo' and 'Pelágio Duarte Sousa Gondim'.*

*Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.*

Assim, gradativamente e de modo aleatório, as pastas foram sendo numeradas, uma a uma, em ordem crescente de 1 a 27. Para a análise e julgamento de cada proposta, adotou-se a seguinte metodologia de trabalho:

1 – Após a abertura e etiquetagem do invólucro, conferência do número de peças apresentadas na pasta por cada agência.

2 - Leitura, em sistema de rodízio, da íntegra do Plano de Comunicação Publicitária de cada agência.

3 - Avaliação de cada peça apresentada.

4 - Leitura e análise dos quesitos da proposta, na seguinte ordem: I- Raciocínio Básico, II - Estratégica de Comunicação, III – Ideia Criativa e IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia.

5 - Pontuação individual e justificção da nota dada a cada quesito da proposta.

6 – Concluída a pontuação, as peças eram recolocadas no invólucro (agora identificado por um número), que retornava ao armário.

Assim, após serem numeradas e identificadas pelo conceito temático (slogan), as propostas foram sendo avaliadas uma a uma de acordo com a seguinte ordem:

PASTA	CONCEITO
1	A GENTE QUER O DF SORRINDO
2	EU POSSO
3	DÁ GOSTO DE VER
4	AVANÇAR AINDA MAIS
5	BRASÍLIA. AQUI COMEÇA O NOVO BRASIL
6	NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO É VOCÊ
7	TRABALHANDO PARA VENCER DESAFIOS
8	O GDF FAZ
9	A GENTE COLOCA TUDO NOS EIXOS
10	GDF e VOCÊ: RESPEITO AO QUADRADO
11	DISTRITO FEDERAL. SOMOS UM EXEMPLO PARA O BRASIL
12	RETOMAR, REVIVER, REAVER: BRASÍLIA PULSA, SONHA E SEGUE EM FRENTE
13	É TEMPO DE SUPERAÇÃO
14	PLANEJADO PARA O FUTURO
15	É TEMPO DE UNIÃO, CORAGEM E ESPERANÇA
16	RECONSTRUINDO JUNTOS A CAPITAL DA ESPERANÇA. A ESPERANÇA MORA AQUI
17	DE VOLTA PARA O FUTURO
18	A ENTREGA VEM, O ORGULHO VOLTA

*MJ*  
*h*  
*Pa*  
*D*  
*clear*

*1 - depois*

19	PARA ALÇAR GRANDES VÔOS, O GDF CONTA COM VOCÊ
20	GDF. TEM A NOSSA FORÇA
21	AQUI CONSTRUÍMOS O FUTURO MELHOR
22	BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL
23	GDF: AÇÃO E RENOVAÇÃO
24	NOSSO TRABALHO TRANSFORMA O DF. NOSSA FORÇA INSPIRA O BRASIL
25	BRASÍLIA. QUANDO SE ACREDITA TUDO É POSSÍVEL
26	DESDE SEMPRE, UM PASSO À FRENTE
27	A GENTE BUSCA O MESMO QUE VOCÊ: UMA BRASÍLIA MELHOR

Após todas as propostas serem avaliadas, a Subcomissão Técnica concluiu não haver identificado nenhum problema previsto no Edital de Licitação que pudesse levar à desclassificação de alguma das 27 agências. Também não foram detectadas falhas graves que comprometessem a participação de qualquer um dos concorrentes. Foram identificados, contudo, pequenos erros de digitação, discordâncias gramaticais e dados imprecisos em quase todas as propostas. Essas falhas, porém, em nenhum momento comprometeram a transparência, a lisura e o caráter competitivo da licitação. Por isso - e diante da qualidade da maioria das propostas -, tais falhas foram relevadas. Assim, a Subcomissão Técnica chegou a seguinte avaliação geral sobre cada quesito das propostas concorrentes:

- 1) – **Raciocínio Básico.** A maioria das agências optou por priorizar narrativas sobre a origem de Brasília e seus personagens históricos: Juscelino Kubitschek, Lúcio Costa e Oscar Niemeyer. Muitas deixaram de fazer referência ao papel e aos desafios do cliente, a Secretaria de Comunicação, embora essa fosse uma questão explicitada em cinco subquestos do Raciocínio Básico. Receberam pontuações mais altas as propostas que entenderam e destacaram o papel da Secom, conforme o *briefing*.
- 2) – **Estratégia de Comunicação.** A grande maioria das agências desenvolveu conceitos de acordo com o *briefing*, apresentando argumentos consistentes ao partido temático proposto. Os conceitos de algumas agências, porém, deixaram de atender plenamente aos desafios de comunicação da Secom explicitados no *briefing*. Assim, receberam melhor pontuação as propostas mais consistentes.
- 3) – **Ideia Criativa.** A grande maioria das agências apresentou peças bastante criativas, configurando a qualidade artística e profissional

H  
Ago 4 13  
J. Silva

das concorrentes. Algumas se sobressaíram por reunir, numa mesma proposta, pessoas, obras e resultados da atual gestão do GDF, e o futuro que se deseja para Brasília, conforme exposto no *briefing*. Essas, obviamente, receberam melhores notas.

- 4) – **Estratégia de Mídia e Não Mídia.** A grande maioria das agências incluiu os municípios do Entorno na proposta, conforme previsto no Edital de Licitação. Algumas, porém, deixaram de programar veículos cadastrados como mídia alternativa do Distrito Federal, descumprindo, assim, a legislação distrital, que prevê a destinação de 10% da verba de publicidade aos veículos alternativos. O Edital de Licitação, em obediência à legislação, exige que esse dispositivo da lei seja atendido pelas concorrentes. No geral, as propostas se assemelham em suas estratégias de mídia, o que nivelou a pontuação.

Fechadas todas as notas dos três jurados e feita a compilação dos dados, a Subcomissão Técnica chegou ao resultado disponibilizado na tabela abaixo, onde estão relacionados o número da proposta, o conceito e a pontuação geral de cada concorrente em ordem decrescente.

CLASS	PASTA	CONCEITO	PONTOS
1º	08	O GDF FAZ	63,5
2º	18	A ENTREGA VEM, O ORGULHO VOLTA	62,2
3º	23	GDF: AÇÃO E RENOVAÇÃO	61,8
4º	11	DISTRITO FEDERAL. SOMOS UM EXEMPLO PARA O BRASIL	61,0
5º	21	AQUI CONSTRUÍMOS O FUTURO MELHOR	60,7
6º	13	É TEMPO DE SUPERAÇÃO	58,8
7º	04	AVANÇAR AINDA MAIS	53,8
8º	06	NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO É VOCÊ	51,8
9º	01	A GENTE QUER VER O DF SORRINDO	50,8
10º	27	A GENTE BUSCA O MESMO QUE VOCÊ: UMA BRASÍLIA MELHOR	50,2
11º	20	GDF. TEM A NOSSA FORÇA	49,7
12º	24	NOSSO TRABALHO TRANSFORMA O DF. NOSSA FORÇA INSPIRA O BRASIL	48,2
13º	03	DÁ GOSTO DE VER	47,3
14º	07	TRABALHANDO PARA VENCER DESAFIOS	47,2
15º	16	RECONSTRUINDO JUNTOS A CAPITAL DA ESPERANÇA	45,7
16º	05	BRASÍLIA. AQUI COMEÇA O NOVO BRASIL	45,3
17º	02	EU POSSO	45,2
18º	19	PARA ALÇAR GRANDES VÔOS, O DF CONTA COM VOCÊ	45,0
19º	14	PLANEJADO PARA O FUTURO	44,8
20º	09	JUNTOS, A GENTE COLOCA TUDO NOS EIXOS	44,7
21º	15	É TEMPO DE UNIÃO, CORAGEM E ESPERANÇA	44,3
22º	26	DESDE SEMPRE, UM PASSO À FRENTE	44,0

Handwritten signatures and initials are present on the right side of the page, including a large signature that appears to be 'M. de S. Silva' and other smaller initials.

23º	10	GDF E VOCÊ: RESPEITO AO QUADRADO	39,5
24º	12	RETOMAR, REVIVER, REAVER: BRASÍLIA PULSA, SONHA E SEGUE EM FRENTE	38,7
25º	25	BRASÍLIA. QUANDO SE ACREDITA TUDO É POSSÍVEL	37,0
26º	17	DE VOLTA PARA O FUTURO	35,5
27º	22	BRASÍLIA TEM TUDO PARA SAIR NA FRENTE E PUXAR O BRASIL	

Concluída essa fase, a Subcomissão Técnica encaminha a presente ata à Comissão de Concorrência de Publicidade para que se dê continuidade ao processo licitatório. Ao mesmo tempo, esta Subcomissão aguarda o recebimento dos invólucros de nº 3 das licitantes para dar início à análise e ao julgamento das propostas, conforme previsto no Edital de Licitação.

Brasília, 7 de junho de 2021

ISAAC MARRA DE CASTRO JÚNIOR \_\_\_\_\_

GUSTAVO HENRIQUE FERREIRA GOUVÊIA \_\_\_\_\_

PELÁGIO DUARTE SOUSA GONDIM \_\_\_\_\_

Handwritten signatures and initials are present on the page, including a large signature over the printed names and several smaller ones below.



8

2

over

M

~~A~~

B

g