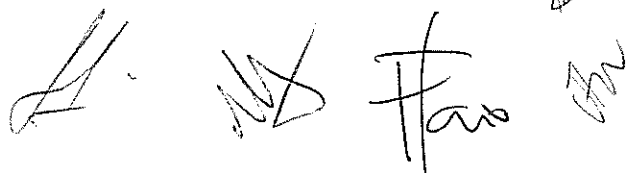


**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**  
**ATA DECORRENTE DA DEVOLUÇÃO COM AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO 01**  
**RELATIVO À CONCORRÊNCIA PÚBLICA 001/2011**

Aos 19 (dezenove) dias do mês de dezembro do ano de dois mil e onze, a subcomissão técnica responsável pela análise das Propostas Técnicas, relativas a Concorrência Pública nº. 001/2011, reuniu-se na Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECS/PR, situada na Rua Jacy Loureiro de Campos, s/n – Centro Cívico – Curitiba/PR, para entregar à Comissão Especial de Licitação a avaliação do Invólucro 1 (não identificado), lavrando a presente ata, onde deve ficar consignado que esta Subcomissão Técnica no dia do recebimento do Invólucro 1 (09/12/2011), leu e recebeu cópia da ata de recebimento das propostas pela Comissão Especial de Licitação, do Edital e do Briefing que constitui o Anexo I do Edital; que as reuniões da Subcomissão Técnica ocorreram entre os dias 09/12/2011 e 16/12/2011, em uma sala privativa, situada junto Canal da Música, ficando a guarda da chave sob a responsabilidade de Silvio Paulo Lohman; que a Subcomissão Técnica examinou a conformidade das propostas com o Edital, passando, primeiramente, a analisar os questionamentos apontados na Ata de recebimento das propostas. Os questionamentos são os seguintes: **“...a agência com o conceito “Paraná e você, juntos podemos mais” sem numeração sequencial a partir da página 16 e utilização de texto sublinhado e em negrito. Conceito: “Para quem quer mais, Paraná”, apresentou 17 peças e em uma das peças tem a ilustração de uma bandeira, entre as licitantes tem uma com invólucro com layout parecido, podendo ser uma identificação, se o conceito for da Trade. Conceito: “Gente que faz de verdade” apresentou layout de mão. (...). Conceito “Paraná. O Estado que faz bem”, numeração inicia-se a segunda página interna, conceito: “O Paraná está de braços abertos”, entre as páginas 19 e 20 foram inseridos 06 páginas em branco e sem numeração, numeração não sequencial, inclusão no caderno único de folhas com gramatura superior a 90 g (permitida no Edital) das páginas 20 até 38. Conceito: “Paraná Estado de transformação “fazer e fazer bem”, uso de negrito nas letras, página 13 o texto está sem justificar, o texto das peças está em itálico. Conceito: “Venha crescer com o Paraná”, páginas 15 a 27 com recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, relata entre as peças que exemplificam a campanha (peça 15) um evento que pode ser encarado como ação promocional, o que não é objeto desta concorrência, apresenta nos Layouts vários artistas, entre eles Grazi Massafera, Rogério Ceni, Letícia Sabatela e não prevê no orçamento o custo com os referidos cachês, na pela intitulada: Paraná grande como deve ser, foi apresentado em formato diferente aos formatos permitidos no Edital. Conceito: “Somos feitos de trabalho e sonho”, nas letras das peças estão diferentes da fonte arial, cachê de empresário como Arthur Grynhaum e outras empresas: Renault, Klabin, Positivo – anúncio tablet – não incluso no cronograma de orçamento. Conceito: “O Paraná é solo fértil e acolhedor, para quem queira plantar sonhos e colher vitória”, página 04 menciona a produção de um evento, o que não é objeto desta licitação e uso de cor azul na página 6. Conceito: “Paraná maior do que você imagina”, nas páginas 07, 08 e 09 constam símbolos, como jogo da velha, o início das propostas. Conceito: “O trabalho é a nossa marca”, página 01 com uma nota, texto sublinhado páginas 1 a 8 e página 09 com linha no cabeçalho. Conceito: “Estado forte, Caminho certo” negrito páginas 06, 09, 29 e 30, numeração não sequencial passando da página 09 para página 28, sendo esta numeração de 10 a 27 no caderno anexo (peça para tradução), página 34 e subsequentes com gramatura maior que 90 g e cabeçalho da página 34 em diante na cor cinza. Conceito: “O Paraná tem um pouco do mundo todo. Todo mundo tem um pouco do Paraná”,**



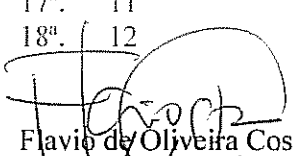


textos sublinhados nas páginas 02 a 09, página 09 com rodapé, página 15 com texto maior que permitido (Arial 12) e folder com uso de muitas fotos, porém o orçamento só contempla 08 unidades.” Antes da apreciação de tais questionamentos, vale ressaltar, na Lei nº. 12.232/2010, em seu artigo 6º, inciso XII, teve o objetivo de fazer com que as propostas técnicas, a serem examinadas por uma Subcomissão composta de profissionais com expertise nas áreas de comunicação e publicidade, sejam julgadas com maior conhecimento da matéria por tais profissionais e preservando o sigilo de quem seja o proponente, de forma a tornar o julgamento íntegro de questionamentos. Vejamos: “art. 6º - A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da lei n. 8.666 de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu parágrafo 2º, e às seguintes: (.....) XIII – será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o parágrafo 2º do art. 9º desta lei.”

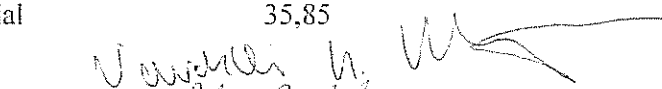
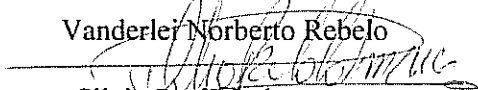
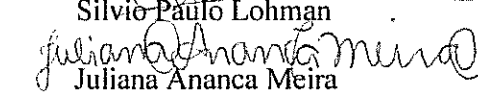
Analisando os questionamentos acima a Subcomissão Técnica concluiu que a desclassificação com base nestes apontamentos só é possível quando efetivamente existam elementos que por si só, indique à Subcomissão Técnica quem seja a proponente. Caso não identifique, não poderá haver desclassificação. As propostas devem ser examinadas com observação aos princípios da Isonomia, Razoabilidade e da Economicidade, com isto temos que nenhuma proposta deve ser descartada a não ser por motivos que efetivamente a viciem e a torne insuscetível de seu aceite, uma vez que cumpre ao Poder Público ampliar ao máximo sua possibilidade de escolher as melhores propostas nas licitações públicas. Eventual irregularidade, que não desfigure a legitimidade do licitante, não pode servir de motivo para inabilitação ou desclassificação do particular se, por outros meios e outros documentos constantes do procedimento licitatório, tal irregularidade possa ser naturalmente sanada. Marçal Justen Filho, em sua obra “in ‘Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos’ – Dialética – 10ª Ed. P. 442), sumaria: “A decisão acerca da relevância do vício deverá ser solucionada segundo a natureza do interesse tutelado pela exigência. Quando se tratar de ofensa ao interesse público, pronunciar-se-à o vício inclusive de ofício. Se a regra infringida for voltada à tutela do interesse dos competidores, o vício somente poderá ser pronunciado diante da provocação dos interessados. No seu silêncio, o defeito será considerado sanado. Além disso, podem existir defeitos que ao afetam minimamente interesse algum, caracterizando mera irregularidade”. (grifo nosso). No mesmo sentido, decisão do STF (citada por Marçal Justen Filho, obra citada, P. 444): “Se a irregularidade praticada pela licitante vencedora, que não atendeu a formalidade prevista no edital licitatório, não lhe trouxe qualquer vantagem nem implicou prejuízo para os demais participantes, bem como se o vício apontado não interferiu no julgamento objetivo das propostas, não se vislumbrando ofensa aos demais princípios exigidos na atuação da Administração Pública, correta é a adjudicação do objeto da licitação à licitante que ofereceu a proposta mais vantajosa, em prestígio do interesse público, escopo da atividade administrativa”. (RO em MS 23.714-1 – DF, rel. Mini, Sepúlveda Pertence). No Edital da Concorrência em apreço, em seu item 19.1.3, estabeleceu que: “A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da SECS, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.” Demonstrando, este dispositivo, que o Edital foi elaborado respeitando os princípios da RAZOABILIDADE e da ECONOMICIDADE, sendo estes os que regem as licitações públicas. ASSIM, a subcomissão técnica concluiu que os questionamentos elaborados pela Comissão das Agências não são hábeis para gerar a desclassificação das propostas, uma vez que esta Subcomissão Técnica não encontrou elementos dentro das propostas que indiquem quem seja a proponente. Diante disso, esta subcomissão técnica decidiu

1/n.  
[Handwritten signatures and initials]

analisar e pontuar todas as propostas. Passamos a seguir, a análise e avaliações individuais das propostas e deliberaram, coletivamente, pela classificação abaixo descrita, atendendo aos preceitos do edital da referida licitação para os seguintes quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Mídia. Para realização do trabalho, os integrantes da Subcomissão Técnica decidiram em comum acordo pela numeração das pastas apresentadas pelos concorrentes, de forma a tornar mais racional a tarefa de análise. Sem mais, segue a classificação em anexo planilhas individuais:

	Pasta/Agência	Conceito	Nota
1ª.	13	Paraná o Estado que faz bem	66,08
2ª.	18	Novo jeito de fazer	64,47
3ª.	05	Para quem quer mais, Paraná	64,22
4ª.	02	Trabalho é a nossa marca	63,55
5ª.	06	Paraná e você, juntos podemos mais	61,55
6ª.	16	Paraná Grande como deve ser	61,50
7ª.	17	Paraná Estado de Transformação	
		Fazer e fazer bem	58,97
8ª.	08	Gente que faz de verdade	48,83
9ª.	15	Povo que faz mais e melhor	47,53
10ª.	14	Somos feitos de trabalho e sonhos	44,95
11ª.	04	O Paraná tem um pouco do mundo todo. Todo mundo tem um pouco do Paraná.	43,57
12ª.	09	Maior que você imagina	39,50
13ª.	01	Estado forte caminho certo	38,38
14ª.	10	Sou forte, sou do Paraná	37,58
15ª.	07	Ao seu lado, sempre a frente	37,28
16ª.	03	Um novo jeito de governar	36,93
17ª.	11	Paraná é Solo fértil e acolhedor	36,57
18ª.	12	Paraná industrial	35,85

  
 Flavio de Oliveira Costa  
  
 Hudson Roberto José  
  
 Luiz Henrique Beuchamp Weber

  
 Vanderlei Norberto Rebelo  
  
 Silvio Paulo Lohman  
  
 Juliana Ananca Meira