PROTOCOLO
Fls. 1
Mov. 1
INTEGRADO DO ESTADO

ESTADO DO PARANÁ

ePROTOCOLO

Órgão Cadastro:	SECC
Em:	21/07/2022 16:11
CNPJ Interessado	05.916.755/0003-16

Protocolo:

19.257.656-3

Interessado 1:	LUA PROPAGANDA LTDA
Interessado 2:	-
Assunto:	LICITACAO
Cidade:	CURITIBA / PR
Palavras-chave:	CONTRA-RAZAO
Nº/Ano	-
Detalhamento:	CONTRARRAZÕES EM FACE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS REFERENTE À CONCORRÊNCIA PÚBLICA NO 001/2021-SECC.

Código TTD: -

Para informações acesse: https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/consultarProtocolo

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 2
Mov. 2

EXCELENTÍSSIMO SENHOR SECRETÁRIO DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DA CULTURA (SECC), POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

REF.: EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2021/SECC

LUA PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, já devidamente qualificada nos autos do processo licitatório identificado em epígrafe, por meio do seu representante legal, vem, respeitosamente, apresentar as suas

CONTRARRAZÕES,

Em face dos Recursos Administrativos interpostos pelas agências 433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA, TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., o que o faz com arrimo no subitem 22.2 do Edital em referência, nos termos dos argumentos fáticos e jurídicos a seguir expostos:

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 3
Mov. 2

1. DA TEMPESTIVIDADE

1. O subitem 22.2 do Edital explicita que o licitante dispõe do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da intimação, para, caso assim desejar, apresentar impugnação (contrarrazões) em face dos Recursos Administrativos eventualmente interpostos pelas agências licitantes concorrentes.

2. O termo inicial de tal quinquídio é contado a partir da data em que houve a intimação para apresentar as contrarrazões, excluindo-se o dia do início e excluindo-se o dia do final.

3. Considerando que a intimação para tal ocorreu em 15 de julho de 2022, sexta-feira, percebe-se que o termo final para a protocolização da presente impugnação recairá em 22 de julho de 2022, sexta-feira.

4. Assim, não há dúvida acerca da tempestividade da presente peça protocolizada nesta data.

2. DA SÍNTESE FÁTICA

5. O Governo do Estado do Paraná, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social e da Cultura, deu início à fase externa do procedimento licitatório com a publicação do Edital da Concorrência nº 001/2021/SECC, cujo objeto, constante do subitem 2.1, é o seguinte:

> **2. OBJETO**
>
> 2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias e iniciativas, posicionar instituições e programas ou de informar e orientar o público em geral..

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 4
Mov. 2

6. O referido Edital especificou ainda, no subitem 2.2.1, que seriam contratadas cinco (5) agências para a execução do objeto licitado.

7. Após a realização da Segunda Sessão Pública, foram divulgadas as notas concedidas pela Subcomissão Técnica tanto em relação invólucro 1 (Plano de Comunicação Publicitária) quanto em relação ao invólucro 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problemas de Comunicação).

8. Na mesma sessão foram identificas as propostas que, até então, eram apócrifas e, em ato contínuo, foi divulgada a classificação das propostas técnicas nos seguintes termos:

PASTA Nº	CONCEITO	Empresa	Plano de Comunicação Publicitária	Capacidade de Atendimento	Repertório	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	TOTAL	CLASSIFICAÇÃO
8	PENSA DE UM JEITO NOVO. FAZ DO JEITO CERTO	TIF	88,28	20	5	5	99,28	CLASSIFICADA
2	PARANÁ. CUIDAR BEM. FAZER MELHOR	VIVAS	66,93	20	5	4,5	96,43	CLASSIFICADA
6	GOVERNO DO PARANÁ. TRABALHANDO PARA TODOS	LUA	65,16	20	5	5	95,16	CLASSIFICADA
3	PARANÁ. SUSTENTÁVEL PORQUE FAZ MAIS POR TODOS	GPAC	62,90	20	5	5	92,90	CLASSIFICADA
4	GOVERNO DO PARANÁ. FORÇA DE QUEM FAZ O FUTURO SUSTENTÁVEL	433	53,33	20	5	5	83,33	CLASSIFICADA
5	DIZ MUITO SOBRE O NOSSO TRABALHO	ENGENHO DE IDEIAS	50,00	20	5	5	80,00	CLASSIFICADA
10	PARANÁ. O PRESENTE É NOSSO FUTURO	TRADE	38,00	19	5	5	66,00	DESCLASSIFICADA
9	PARANÁ. PRESENTE PARA O FUTURO	CANDYSHOP	38,38	18	4,5	5	65,88	DESCLASSIFICADA
7	TRABALHO PARA TODO LADO. DESENVOLVIMENTO POR INTEIRO	NOVA S/B	32,06	20	5	5	62,06	DESCLASSIFICADA
11	FORTE COM A NOSSA GENTE	GUARDA-CHUVA	29,00	18	4	5	56,00	DESCLASSIFICADA
1	CUIDA BEM DO QUE É DE TODOS	INSAM	31,08	16	3	2,5	52,50	DESCLASSIFICADA

9. Ocorre, porém, que, por não se conformar com o resultado final do julgamento das propostas técnicas, as agências 433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA, TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., dentre outras, resolveram interpor os Recursos Administrados ora objeto de impugnação.

10. Diversos foram os argumentos trazidos pelas referidas agências, inclusive em relação à LUA PROPAGANDA LTDA, ora Recorrida. Todavia, consoante será demonstrado, tratam-se de argumentos vazios, que não merecem o menor crédito e que, em razão disso, ensejarão, de forma irremediável, o desprovimento das suas aventuras recursais.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF +55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 5
Mov. 2

11. Feito este breve resumo acerca do que de relevante transcorreu ao longo do processo licitatório, passemos ao exame das razões pelas quais os Recursos Administrativos ora impugnados devem ter o seu provimento negado.

3. DOS FUNDAMENTOS FÁTICO-JURÍDICOS PARA O DESPROVIMENTO DOS RECURSOS ORA IMPUGNADOS

3.1. Das razões para o desprovimento do Recurso interposto pela agência ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.

12. A agência Engenho de Ideias Comunicação Ltda., doravante denominada simplesmente, "ENGENHO" carreou ao seu Recurso Administrativo, dentre outros, diversos argumentos – infundados, diga-se – que têm a clara intenção de retirar o brilhantismo da proposta técnica apresentada pela agência ora Recorrida, LUA PROPAGANDA LTDA., doravante identificada como "LUA".

13. As contrarrazões aqui apresentadas impugnarão cada um dos argumentos apresentados pela ENGENHO, conforme se passa a expor:

3.1.1. Da alegação de descumprimento das regras editalícias relativas ao recuo da página

14. A ENGENHO, relativamente à agência LUA, inicia o seu mirabolante Recurso Administrativo sustentando que *"a participante LUA violou claramente o edital ao apresentar proposta com recuos não permitidos"*.

15. Antes de se iniciar a impugnação específica quanto ao ponto levantado pela ENGENHO, deve ser destacado que falsear a verdade, alterando a realidade dos fatos em benefício próprio, é atitude que deve ser rechaçada de plano pela Douta Comissão Especial de Licitação e a licitante que assim proceder deve receber sanção exemplar, **quiçá a sua desclassificação do certame**.

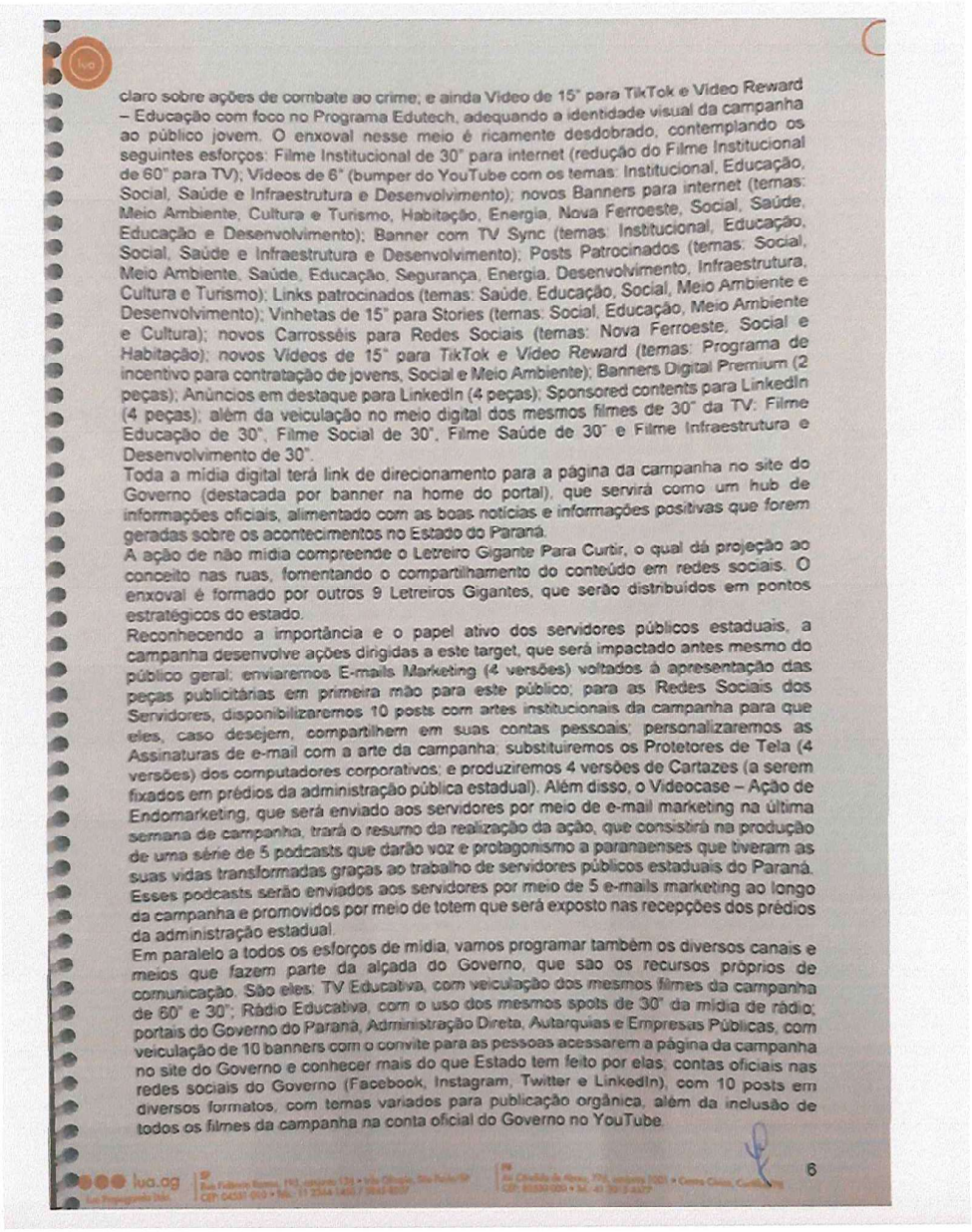
16. E foi justamente isso que ocorreu na argumentação trazida pela agência Recorrente: a ENGENHO falseou a verdade em relação à utilização dos recuos dos parágrafos no brilhante plano de comunicação publicitária apresentado pela LUA.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 6
Mov. 2

17. Com efeito, conforme se observa do exemplo abaixo, que é uma página extraída da proposta técnica da LUA, **não há utilização de qualquer recuo nos parágrafos, não havendo falar-se em violação às regras do edital:**



claro sobre ações de combate ao crime; e ainda Vídeo de 15" para TikTok e Vídeo Reward – Educação com foco no Programa Edutech, adequando a identidade visual da campanha ao público jovem. O enxoval nesse meio é riquíssimo, contemplando os seguintes esforços: Filme Institucional de 30" para internet (redução do Filme Institucional de 60" para TV); Vídeos de 6" (bumper do YouTube com os temas: Institucional, Educação, Social, Saúde e Infraestrutura e Desenvolvimento); novos Banners para internet (temas: Meio Ambiente, Cultura e Turismo, Habitação, Energia, Nova Ferroeste, Social, Saúde, Educação e Desenvolvimento); Banner com TV Sync (temas: Institucional, Educação, Social, Saúde e Infraestrutura e Desenvolvimento); Posts Patrocinados (temas: Social, Meio Ambiente, Saúde, Educação, Segurança, Energia, Desenvolvimento, Infraestrutura, Cultura e Turismo); Links patrocinados (temas: Saúde, Educação, Social, Meio Ambiente e Desenvolvimento); Vinhetas de 15" para Stories (temas: Social, Educação, Meio Ambiente e Cultura); novos Carrosséis para Redes Sociais (temas: Nova Ferroeste, Social e Habitação); novos Vídeos de 15" para TikTok e Vídeo Reward (temas: Programa de incentivo para contratação de jovens, Social e Meio Ambiente); Banners Digital Premium (2 peças); Anúncios em destaque para LinkedIn (4 peças); Sponsored contents para LinkedIn (4 peças); além da veiculação no meio digital dos mesmos filmes de 30" da TV: Filme Educação de 30", Filme Social de 30", Filme Saúde de 30" e Filme Infraestrutura e Desenvolvimento de 30".

Toda a mídia digital terá link de direcionamento para a página da campanha no site do Governo (destacada por banner na home do portal), que servirá como um hub de informações oficiais, alimentado com as boas notícias e informações positivas que forem geradas sobre os acontecimentos no Estado do Paraná.

A ação de não mídia compreende o Letreiro Gigante Para Curtir, o qual dá projeção ao conceito nas ruas, fomentando o compartilhamento do conteúdo em redes sociais. O enxoval é formado por outros 9 Letreiros Gigantes, que serão distribuídos em pontos estratégicos do estado.

Reconhecendo a importância e o papel ativo dos servidores públicos estaduais, a campanha desenvolve ações dirigidas a este target, que será impactado antes mesmo do público geral: enviaremos E-mails Marketing (4 versões) voltados à apresentação das peças publicitárias em primeira mão para este público; para as Redes Sociais dos Servidores, disponibilizaremos 10 posts com artes institucionais da campanha para que eles, caso desejem, compartilhem em suas contas pessoais; personalizaremos as Assinaturas de e-mail com a arte da campanha; substituiremos os Protetores de Tela (4 versões) dos computadores corporativos; e produziremos 4 versões de Cartazes (a serem fixados em prédios da administração pública estadual). Além disso, o Videocase – Ação de Endomarketing, que será enviado aos servidores por meio de e-mail marketing na última semana de campanha, trará o resumo da realização da ação, que consistirá na produção de uma série de 5 podcasts que darão voz e protagonismo a paranaenses que tiveram as suas vidas transformadas graças ao trabalho de servidores públicos estaduais do Paraná. Esses podcasts serão enviados aos servidores por meio de 5 e-mails marketing ao longo da campanha e promovidos por meio de totem que será exposto nas recepções dos prédios da administração estadual.

Em paralelo a todos os esforços de mídia, vamos programar também os diversos canais e meios que fazem parte da alçada do Governo, que são os recursos próprios de comunicação. São eles: TV Educativa, com veiculação dos mesmos filmes da campanha de 60" e 30"; Rádio Educativa, com o uso dos mesmos spots de 30" da mídia de rádio; portais do Governo do Paraná, Administração Direta, Autarquias e Empresas Públicas, com veiculação de 10 banners com o convite para as pessoas acessarem a página da campanha no site do Governo e conhecer mais do que Estado tem feito por elas; contas oficiais nas redes sociais do Governo (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn), com 10 posts em diversos formatos, com temas variados para publicação orgânica, além da inclusão de todos os filmes da campanha na conta oficial do Governo no YouTube.

lua.ag

6

18. Como se vê, não há recuo algum nos parágrafos, muito ao contrário do quanto afirmado **de forma leviana** pela agência ENGENHO. Tanto é verdade, que a agência Recorrente apenas alegou, mas não provou em que momento houve o descumprimento do Edital quanto ao recuo dos parágrafos,

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 7
Mov. 2

19. Ora, se ela lançou mão de tal afirmação com tanta convicção, por qual razão deixou de carrear aos autos provas que evidenciam a sua alegação? A resposta é muito simples e pode ser encontrada com uma simples passada de olho na proposta técnica da LUA: a ENGENHO não fez prova da sua alegação, simplesmente por inexistir tais evidências, por ter não ter havido qualquer descumprimento por parte da LUA, conforme provado acima.

20. Diga-se, ademais, que, conforme brocardo latino de plena utilização no meio jurídico e aqui livremente traduzido, alegar e não provar é o mesmo que nada alegar (*Allegatio et non probatio quasi non allegatio*), ou seja, é um "nada jurídico", não tem qualquer repercussão nem no mundo dos fatos, nem na relação processual instaurada.

21. É dizer, os requisitos formais constantes do subitem 11.2 do Edital foram rigorosamente cumpridos pela agência LUA, inexistindo qualquer mácula na sua proposta técnica, não somente em relação a este ponto específico, como em todos os outros suscitados pela ENGENHO, consoante se verá ao longo da presente peça.

22. Nessa ordem de ideias, constata-se e, muito além, comprova-se que a alegação da ENGENHO quanto ao descumprimento do recuo dos parágrafos por parte da LUA **é mentirosa**, não merecendo o menor crédito e, em razão disso, o ser Recurso não merece provimento também em relação a esse ponto específico.

3.1.2. Da alegação de descumprimento das regras editalícias relativas à coloração utilizada em uma das tabelas

23. Afirma, ainda, a ENGENHO, em síntese, que a LUA teria utilizado *"no cabeçalho da tabela, o texto na cor branca"*, o que, **segundo a sua ótica inventiva**, acabaria por desrespeitar o edital.

24. Ledo engano!

25. Chega a ser engraçada a alegação da ENGENHO. Assertiva lançada em desfavor da LUA é típica de licitante que sequer se deu ao trabalho de ler o edital ou típico induzimento em erro a esta Douta Comissão, o que evidenciaria manifesta má-fé de sua parte!

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 8
Mov. 2

26. É que, Nobre Comissão, ao lançar a sua assertiva, a ENGENHO faz um **recorte seletivo do Edital.** Ela formata um proposital imbróglio – não se sabe se por falta de conhecimento ou por má-fé - entre as disposições das alíneas do subitem 11.2 e aquelas do subitem 11.2.1.

27. As disposições do subitem 11.2 fazem referência ao Plano de Comunicação Publicitária como um todo, enquanto que o subitem 11.2.1 trata especificamente dos requisitos formais que devem constar dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária.

28. Enquanto na primeira hipótese (subitem 11.2) os requisitos são genéricos para todo o plano de comunicação, na segunda hipótese (subitem 11.2.1), os requisitos são específicos para os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária.

29. Tal distinção é de suma importância, pois, enquanto a alínea "f" do subitem 11.2, de fato, dispõe que a cor da fonte utilizada no plano de comunicação publicitária deve ser automática (cor preta), a alínea "a" do subitem 11.2.1 disciplina que *"os gráficos ou tabelas poderão ser editado em cores"*.

30. Ora, a imagem da proposta técnica apontada pela ENGENHO como violadora do Edital é uma tabela em que o seu título está **cor branca**. Isto é, a opção feita pela LUA na utilização da cor branca no título da tabela encontra guarida na alínea "a" do subitem 11.2.1, não havendo, assim, qualquer irregularidade ou ilegalidade na conduta da agência ora Recorrida.

31. Trata-se, pois, de mais uma alegação vazia por parte da ENGENHO e totalmente descompromissada com a realidade fática posta no festejado plano de comunicação publicitária apresentado pela LUA

32. Ainda que assim não fosse e não houvesse o permissivo no Edital, o que se admite somente para argumentar, estar-se-ia no campo das meras irregularidades, que em nada alteram a isonomia da disputa nem traz benefício algum para aquele que o cometeu, haja vista a necessária aplicação do princípio do formalismo moderado.

33. Com efeito, o princípio do formalismo moderado significa, no processo

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 9
Mov. 2

administrativo, a adoção de formas simples, suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados (art. 2º, par. único, IX, Lei n.º 9.784/99), de maneira que o conteúdo deve prevalecer sobre o formalismo extremo.

34. Os atos e termos processuais não dependem de forma determinada senão quando a lei expressamente a exigir, reputando-se válidos os que, realizados de outro modo, lhe preencham a finalidade essencial. Por conta da incidência do princípio do formalismo moderado na instância administrativa, torna-se reprovável aferrar-se o Estado a rigores formalísticos para a prática de atos procedimentais cuja finalidade é atendida de outro modo.

35. Respeitada a segurança procedimental e a certeza jurídica do fim colimado no ato, **não há lugar para o processo licitatório transmudar-se num fim em si mesmo**, passando ele próprio a ser a causa de não se atingir um direito.

36. Dessa forma, no processo licitatório, não deve imperar a sacralidade das formas, mas sim a instrumentalidade, de sorte que os atos processuais produzem efeitos jurídicos regulares se, mesmo quando não observada certa procedimentalidade – **o que não é caso dos autos, frise-se** –, a finalidade buscada tenha sido alcançada.

37. Reconhece-se que o princípio do **formalismo moderado** não exclui o dever de respeito àquelas formalidades consideradas essenciais para os direitos dos licitantes. Porém, no presente caso, deve-se considerar essencial aquilo que disser respeito **à essência da proposta,** tal como o fez a **LUA**, e não questiúnculas que em nada interferem no resultado final.

38. Ressalta-se, a propósito, o seguinte precedente da **Primeira Seção** do **Superior Tribunal de Justiça**, que se amolda como luva à espécie:

> ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. HABILITAÇÃO. MANDADO DE SEGURANÇA. EDITAL.
>
> 1. As regras do edital de procedimento licitatório devem ser interpretadas de modo que, sem causar qualquer prejuízo à administração e aos interessados no certame, possibilitem a participação do maior número possível de concorrentes, a fim de que seja possibilitado se encontrar, entre várias propostas, a mais vantajosa.
>
> 2. Não há de se prestigiar posição decisória assumida pela

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99625-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 10
Mov. 2

> Comissão de Licitação que inabilita concorrente com base em circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato, fazendo exigência sem conteúdo de repercussão para a configuração da habilitação jurídica, da qualificação técnica, da qualificação econômico-financeira e regularidade fiscal.
>
> 3. Se o edital exige que a prova da habilitação jurídica da empresa deve ser feita, apenas, com a apresentação do "ato constitutivo e suas alterações, devidamente registrada ou arquivadas na repartição competente, constando dentre seus objetivos a exclusão de serviços de Radiodifusão...", é excessiva e sem fundamento legal a inabilitação de concorrente sob a simples afirmação de que cláusulas do contrato social não se harmonizam com o valor total do capital social e com o correspondente balanço de abertura, por tal entendimento ser vago e impreciso. 4. Segurança concedida. (MS 5.606/DF, Rel. Ministro JOSÉ DELGADO, PRIMEIRA SEÇÃO, julgado em 13/05/1998, DJ 10/08/1998, p. 4

39. Esse julgado, oriundo de uma das mais altas Cortes do país, resolve de forma bastante elucidativa o problema ora posto: em que pese trate de questões relativas à habilitação, traz o norte para a Administração no sentido de que circunstâncias meramente formais não podem contrariar o fim último do procedimento licitatório, que é a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

40. Diga-se, ademais, que a Nova Lei de Licitações (Lei nº 14.133/21), ainda que não seja aplicável prefacialmente ao certame em curso, adotou textualmente o princípio do formalismo moderado no seu art. 12, III, *in* verbis:

> Art. 12. No processo licitatório, observar-se-á o seguinte:
>
> [...]
>
> III - o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo;

41. Nessa ordem de ideias, em conclusão, percebe-se com uma clareza solar que não merece prosperar a pretensão recursal da ENGENHO quanto à utilização de cor diversa da prevista no Edital.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 11
Mov. 2

3.2. Das razões para o desprovimento do Recurso interposto pela agência TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI.

42. Assim, como o fez a agência ENGENHO, a licitante TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI, doravante denominada simplesmente "TRADE", interpôs Recurso Administrativo desprovido do mínimo de embasamento jurídico, tratando-se, em verdade, de alegações vazias que encontram respaldo apenas na mente criativa do seu subscritor.

43. Conforme se verá, não merecem prosperar nenhum dos parcos argumentos trazidos aos autos pela TRADE, seja em desfavor da LUA, seja em relação à suposta nulidade do certame.

3.2.1. Da alegação de nulidade do certame em razão da suposta violação do prazo para publicação dos nomes dos membros da subcomissão técnica

44. A agência TRADE sustenta que devem ser declarados nulos os atos posteriores à sessão pública em que ocorrera o sorteio dos membros da subcomissão técnica. Fundamenta o seu pleito no argumento segundo o qual não teria sido o prazo de 10 (dez) dias entre a divulgação dos nomes na imprensa oficial e a data do sorteio, o que, sob a sua ótica, violaria o §4º do art. 10 da Lei 12.232/10.

45. Não merecem prosperar as alegações da TRADE quanto ao ponto.

46. O que se observa, em verdade, é que a agência TRADE faz uma gigantesca confusão na contagem do prazo. Ela conseguiu transformar algo absolutamente simples em uma alongada argumentação que mais se assemelha a uma tese científica.

47. O problema é muito simples de solucionado, veja, Nobre Comissão: (i) a lista foi publicada no Diário Oficial no dia 03/03/2022, quinta-feira; (i) o prazo de 10 (dez) dias iniciou-se no dia seguinte, 04/03/2022, sexta-feira; (iii) contando-se o decêndio, percebe claramente que o décimo dia recaiu em 13/03/2022, domingo.

48. Ora, considerando que o §4º do art. 10 da Lei 12.232 **não dispõe que a contagem deva ocorrer em dias úteis,** o prazo de 10 (dez) dias previsto no dispositivo encerrou-se no domingo, dia 13/03/2022.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99625-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 12
Mov. 2

49. Isto quer dizer que o dia em ocorreu a sessão pública para o sorteio da subcomissão técnica (14/03/2022) já havia transcorrido o prazo de 10 (dez) dias previsto no §4º do art. 10 ora em exame.

50. Não houve, pois, qualquer irregularidade ou ilegalidade na realização da sessão pública de sorteio dos membros da subcomissão técnica no dia 14/03/2022

51. Ainda que assim não fosse, caso a TRADE quisesse realmente impugnar um ou mais nomes constantes do rol de profissionais apresentado, teve ao seu dispor o período compreendido entre 04/03/2022 e 13/02/2022, mas, simplesmente, não o fez.

52. E não o fez qual razão? A resposta é muito óbvia. Não o fez não por falta de prazo, mas sim porque tinha esperança de sagrar-se vencedora no certame e optou por deixar transcorrer o prazo de impugnação.

53. Agora, uma vez não tendo logrado êxito em sair vitoriosa no certame, cria tese mirabolante para poder anular todo o procedimento licitatório e, assim, ter mais uma chance na disputa.

54. Tal conduta não pode ser tolerada! O procedimento licitatório é algo sério e não pode servir chicana para os licitantes!

55. Ou seja, não foi um dia ou um dia a menos que retirou da TRADE a oportunidade de impugnar os nomes dos membros da subcomissão técnica, mas sim a sua intenção de tumultuar o certame por meio do seu estratagema ora posto em execução.

56. Em conclusão, o que se constata de tudo isso, é que não houve qualquer irregularidade ou nulidade na realização da sessão de sorteio dos membros da subcomissão técnica no dia 14/03/2022, devendo, pois, ser desprovido o Recurso Administrativo interposto pela TRADE em relação a esse ponto.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 13
Mov. 2

3.2.2. Da alegação de nulidade do certame em razão do ingresso de membro suplente na subcomissão técnica

57. A agência TRADE sustenta, ainda, que o certame deve ser declarado nulo pela participação da julgadora suplente Rita de Cássia do Amaral em substituição do julgador titular Fabiano Barbosa de Azevedo na subcomissão técnica.

58. O que observa dos argumentos trazidos pela TRADE para embasar o seu pleito é que, mais uma vez, a agência ora Recorrente faz uma completa confusão em relação aos dispositivos da Lei 12.232/10 que tratam dos membros da subcomissão técnica.

59. Não se sabe se tal confusão ocorre por falta de conhecimento técnico da legislação de regência, o que demonstra profunda imaturidade da agência Recorrente para atendimento de contas públicas, ou se, propositalmente, ela tenta criar subterfúgios para induzir em erro esta Douta Comissão e, assim, alcançar o seu intento maior, que é obter uma segunda chance para disputar o certame.

60. Independentemente de qual tenha sido a força motriz da TRADE que lhe impulsionou a criar a tese ora impugnada, o que importa é que trata-se de falácia que não merece o melhor crédito por parte desta Douta Comissão.

61. Expliquemos melhor a sistemática da seleção dos membros da subcomissão técnica, nos termos da Lei nº12.232.10: **(i)** o §1º do art. 10 da Lei 12.232/10 dispõe que a subcomissão técnica será composta por 3 (três) membros; **(ii)** o mesmo dispositivo apregoa que 1/3 deles, ou seja, 1 (um) dos membros não poderá ter qualquer espécie de vínculo com o ente licitante; **(iii)** a seu turno, o §2º do mesmo art. 10 estipula que a seleção deverá ser feita em sessão pública a partir de uma lista com 3 (três) vezes o número dos membros, ou seja, a lista deve ter, pelo menos, 9 (nove) membros; **(iv)** por fim, o mesmo §2º dispõe que a lista mínima de 9 (nove) membros deve ser composta por, pelo menos, 1/3 de profissionais que não possuam qualquer vínculo com o ente licitante, ou seja, ao menos 3 (três) dos membros da lista não devem possuir vínculo com o órgão licitante.

62. O que se observa dessa sistemática, é que a lista em número superior à quantidade de membros é feita justamente para que haja eventual substituição dos titulares pelos suplentes na hipótese de impedimento daqueles.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 14
Mov. 2

63. Observando-se a sistemática de seleção dos membros da subcomissão técnica e aplicando-se as disposições legais ora examinadas ao caso dos autos, constata-se que não houve qualquer irregularidade na substituição do membro titular Fabiano Barbosa de Azevedo pelo membro suplente Rita de Cássia do Amaral.

64. É que, ante a impossibilidade de participação no julgamento pelo Sr. Fabiano Barbosa de Azevedo, foi convocada a primeira suplente da categoria dos profissionais que não possuem vínculo com o ente licitante, qual seja, a Sra. Rita de Cássia do Amaral.

65. Ora, qual a irregularidade ou ilegalidade que houve nessa substituição? Absolutamente, nenhuma. A suplência existe justamente para isso: para que o suplente ocupe o lugar do titular na hipótese do seu impedimento. E com a saída do membro titular, por óbvio o número de 3 (três) profissionais para aquela categoria de não vinculados não mais poderá ser observado.

66. E, nesse caso específico, considerando que o titular compunha a categoria de profissionais não vinculados, naturalmente foi substituído por outro profissional também integrante dessa categoria.

67. Não se verifica, pois, qualquer irregularidade ou ilegalidade nessa substituição, muito ao contrário do que quer fazer parecer a agência TRADE.

68. Nessa ordem de ideias, salta aos olhos a necessidade de rejeição do Recurso Administrativo interposto também quanto a este ponto.

3.2.3. Da alegação de nulidade do certame em razão do suposto julgamento em desacordo com os critérios objetivos

69. A agência TRADE sustenta, ainda, que o certame deve ser declarado nulo em razão de, supostamente, os membros da subcomissão técnica não terem feito *"uma análise e pontuação de cada subquesito, em total afronta ao previsto no item 19.2.7 do edital"*.

70. Em síntese, o que sustenta a TRADE é que não houve a pontuação em cada quesito objeto de julgamento (!!!!)

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99625-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 15
Mov. 2

71. Chega até a ser hilária tal argumentação. É que, se não houve pontuação, o que seriam aqueles números que constam das planilhas elaboradas pela subcomissão técnica?

72. É tão estapafúrdia tal alegação que sequer merece atenção de quem quer que seja.

73. Todavia, apenas por apego ao debate, colaciona-se uma das planilhas da subcomissão técnica em que fica evidente que houve a divulgação das pontuações:

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

PASTA N. 02
CONCEITO DA CAMPANHA: "PARANÁ, CUIDAR BEM, FAZER MELHOR"

Subitem edital	Quesito / Subquesito	Nota Máxima	Notas atribuídas: Melissa Ferreira	Rayssa Bau	Rita de Cassia do Amaral Kalluf	Média	Justificativas
12211	Raciocínio Básico	5	5	5	4,8	4,93	
12212	Estratégia de Comunicação Publicitária	25	25	24	24	24,33	
12213	Ideia Criativa	25	24	24	25	24,33	Vide anexo
12214	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	14	14	12	13,33	
1221	Plano de Comunicação Publicitária	70	68	67	65,8	66,93	

Melissa Ferreira — Rayssa Bau — Rita de Cassia do Amaral Kalluf

74. Assim, também quanto a este ponto, não merece prosperar o Recurso interposto pela TRADE.

3.2.4. Da alegação de nulidade do certame em razão das supostas motivação e fundamentação únicas

75. A agência TRADE afirma que há ilegalidade no certame em razão de a motivação e a fundamentação da decisão da subcomissão técnica, supostamente, terem disso únicas.

76. Em síntese, de acordo com o que consta da peça recursal da TRADE, o certame deveria ser anulado em razão de supostamente não ter havido a motivação individualizada, por parte da subcomissão técnica, para a notas atribuídas às agências licitantes.

77. Basta uma rápida leitura da ata de julgamento da subcomissão técnica para se constatar que não há o menor fundamento em tal alegação.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 16
Mov. 2

78. Com efeito, em relação a cada uma das propostas apócrifas, a subcomissão técnica declinou de forma pormenorizada as razões para a atribuição de cada uma das notas, para cada um dos subquesitos e em relação a uma das agências licitantes. Observem apenas um exemplo:

PASTA N. 07

CONCEITO DA CAMPANHA: "TRABALHO PARA TODO LADO. DESENVOLVIMENTO POR INTEIRO".

- RACIOCÍNIO BÁSICO:

(P) Reforça o protagonismo do governo nas entregas e ações que colaboram para o desenvolvimento do Estado.

- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

(P) Usa o desdobramento do conceito da campanha "para todo lado" para abordar as diversas áreas de atuação do governo.

(N) Em linha com o *briefing*, porém proposta pouco inovadora, tanto ao que se refere ao enxoval de mídia, quanto aos servidores.

- IDEIA CRIATIVA

(N) Falta de hierarquia de mensagens: excesso de informação, layout poluído.

(N) Falta de alinhamento do conceito proposto na estratégia com as peças apresentadas (exemplo: conceito propõe o uso da expressão "desenvolvimento por inteiro", porém a maioria das peças usa "crescimento por inteiro".

- ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

(N) Dada a importância do alcance e influência local dos meios rádio e jornal, especialmente para o interior do Estado, observa-se poucas inserções ao longo de seis meses (exemplo: no meio jornal a proposta prevê apenas 1 inserção em cada veículo no período de 6 meses).

(N) Falta clareza na proposta apresentada e nas tabelas e anexos

79. Colaciona-se apenas um apenas, a fim de tornar a presente impugnação muita extensa. Mas essa foi a sistemática adotada em relação a todas as propostas técnicas submetidas a julgamento pela subcomissão técnica. É dizer, houve a exposição dos motivos (motivação) às notas atribuídas para todo e qualquer subquesito objeto de julgamento.

80. E não há nenhuma irregularidade ou nulidade em razão de a fundamentação ser única para todos os membros da subcomissão técnica, pois os incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232 não fixa qualquer regra de individualização do

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 17
Mov. 2

julgamento pelos seus membros, bastando que haja uma justificativa única para todos eles, *in verbis*:

> Art. 11 [...]
>
> § 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;
>
> [...]
>
> 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;

81. Não há, pois, qualquer imposição legal no sentido de que cada membro da subcomissão técnica apresente a sua justificativa de forma individualizada, podendo, tranquilamente, que a justificativa seja única para todos os membros.

82. Assim, também quanto a este ponto, não merece prosperar o Recurso interposto pela TRADE.

3.2.5. Da alegação de nulidade do certame em razão das supostas notas diversas com a mesma justificativa

83. A agência TRADE sustenta, ainda, que o certame deve ser declaro nulo pela suposta atribuição de notas diversas para a mesma justificativa.

84. Mais uma vez, não merece prosperar a argumentação da TRADE.

85. Não merece prosperar, pois, a uma, a TRADE simplesmente alega, mas não prova em que oportunidade ocorreram as mesmas justificativas, mas com notas diferentes.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 18
Mov. 2

86. E, como visto anteriormente, alegar e não provar é o mesmo que nada alegar, devendo ser completamente desconsiderada as alegações que não são lastreadas em evidências, em provas, tal como o fez a TRADE.

87. Ainda que assim não fosse, a duas, não merece prosperar a argumentação da TRADE, pois, ainda que as justificativas sejam semelhantes, há certo grau de subjetividade no julgamento que permite a atribuição de notas diferenciadas.

88. E não há qualquer irregularidade ou ilegalidade quanto a este ponto.

89. Em conclusão, também quanto a este ponto não merece acolhimento o Recurso da TRADE.

3.2.6. Da alegação de nulidade do certame em razão da suposta criação de critérios não estabelecidos no Edital

90. A agência TRADE sustenta, ainda, que o certame deve ser declaro nulo pela suposta criação de critérios não estabelecidos no Edital.

91. Ao contrário do quanto alegado, não se tratam de critérios não previstos no Edital, mas sim argumentos trazidos pela subcomissão técnica que embasam o seu posicionamento.

92. O que se percebe é que a TRADE confunde por completo os balizamentos previstos no Edital com os argumentos que foram lançados pela subcomissão técnica para motivar as notas atribuídas às agências licitantes.

93. É absolutamente natural que a subcomissão técnica emita opinião acerca das propostas avaliadas. E é por meio dessas opiniões que chega à pontuação devida às agências licitantes.

94. Não se trata, pois, de criação de critérios não previstos no Edital, mas sim de motivação do julgamento, o que é esperado em atos administrativos desse jaez.

95. Improcede, assim, a argumentação da TRADE também quanto a este ponto.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros |
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 19
Mov. 2

3.2.7. Da alegação de suposto vício na proposta técnica da LUA em relação ao quesito Ideia Criativa

96. Segundo a TRADE, a LUA supostamente teria descumprido as regras acerca a utilização do canal de comunicação com os agentes públicos estaduais. Segundo a sua ótica, em razão de resposta a pedido de esclarecimentos, o único canal de comunicação para o endomarketing seria o e-mail institucional dos servidores públicos.

97. O que se observa da alegação ora em análise é baixíssima capacidade cognitiva para fins de interpretação de texto de que dispõe a TRADE, ou, mais uma vez, intenção deliberada causar imbróglio ao certame e ludibriar esta Douta Comissão.

98. É que o próprio *briefing* exige que haja pluralidade nos meios de comunicação em relação aos servidores públicos do Estado. Além disso, a resposta ao pedido de esclarecimento não limita a comunicação com os servidores ao e-mail, mas sim apenas informa que, à época da licitação, o canal de comunicação era o e-mail. O que é muito diverso de se afirmar que este deve ser o único canal de comunicação

99. Falha grave de interpretação da TRADE ou má-fé? Não o sabemos. Mas o fato é que, seja por um motivo ou por outro, tais condutas demonstram total despreparo da agência Recorrente e sua inabilidade no conhecimento da técnica publicitária governamental. Não por outra razão, o seu fim no certame foi a desclassificação!

100. É tão falacioso o argumento da TRADE que ele própria se confunde em seus argumentos. Vejam, enquanto no parágrafo 85 ela sustenta que o público-alvo são os servidores públicos estaduais, no parágrafo 127 ela critica a LUA justamente por contemplar aqueles agentes públicos como destinatários das suas peças:

Afirmação:

> 85. A subcomissão novamente demonstra claramente a não observância aos critérios de julgamento estabelecidos no item 12.2.1.1., de um modo geral e especificamente, ao não observar que no *briefing*, em OBJETO DO TRABALHO, está especificado "*Criar e planejar campanha publicitária de amplo alcance para posicionamento do Governo do Paraná – **contemplando também ações internas junto aos funcionários públicos estaduais...***". Ou seja, a **subcomissão simplesmente ignorou o público-alvo** "*funcionários públicos estaduais*".

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 20
Mov. 2

Contradição:

> 127. **LUA** - Na Ideia Criativa da LUA a subcomissão fez vistas grossas a ações não permitidas, conforme determinado pela resposta à questionamento, enviada às Licitantes em 09/12/2021. Resposta: *"O canal de comunicação para as ações internas junto aos funcionários públicos estaduais é o e-mail"*. As ações não permitidas e usadas pela LUA são:
>
> - Para as Redes Sociais dos Servidores, disponibilizaremos 10 posts com artes institucionais da campanha para que eles, caso desejem, compartilhem em suas contas pessoais;
> - Substituiremos os Protetores de Tela (4 versões) dos computadores corporativos;
> - Produziremos 4 versões de cartazes (a serem fixados em prédios da administração pública estadual);
> - Podcasts promovidos por meio de totem que será exposto nas recepções dos prédios da administração estadual.

101. Tanto é verdade que trata-se de uma tremenda deficiência da TRADE na interpretação da resposta desta Douta Comissão ao pedido de esclarecimentos que todas as demais agências propuseram peças voltadas aos servidores públicos além do email. Observem:

(PASTA/PROPOSTA 7) – NOVA SB (pag. 16): propôs banner expansível na intranet com foco nos funcionários públicos.

(PASTA/PROPOSTA 08) – TIF (pag. 21): propôs criação e afixação de cartazes em órgãos e equipamentos do governo. Propôs também vídeos em que servidores do Estado apresentem cases de sucesso e inovação na gestão pública.

(PASTA/PROPOSTA 09) – CANDYSHOP (pag. 14): propôs criação e afixação de cartazes em órgãos e equipamentos do governo estadual.

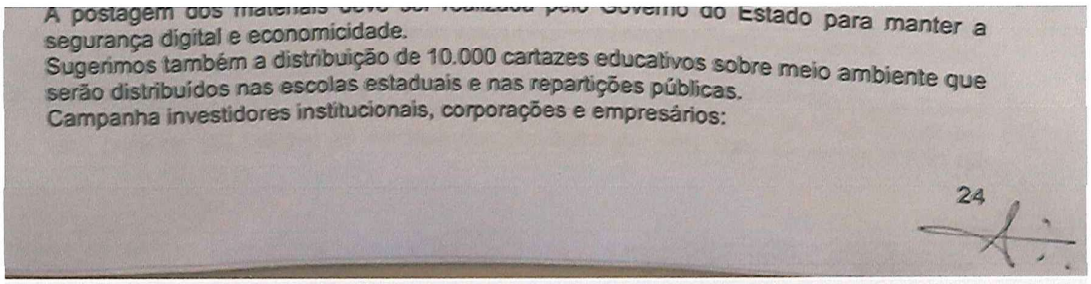
(PASTA/PROPOSTA 11) – GUARDA CHUVA (pág. 20): propôs criação e afixação de cartazes em órgãos e equipamentos do governo. Propôs também publicação de banners para publicação no Portal do Servidor.

102. Ademais, a própria TRADE indicou cartazes a serem fixados nos prédios da Administração Pública, bem como a produção de vídeo de 30" com foco nos servidores públicos a ser veiculado no canal do Youtube do Governo do Estado. Tratam-se de iniciativas que vão muito além do e-mail institucional:

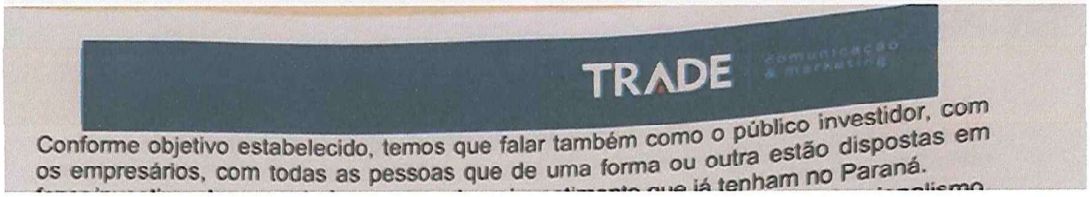
Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

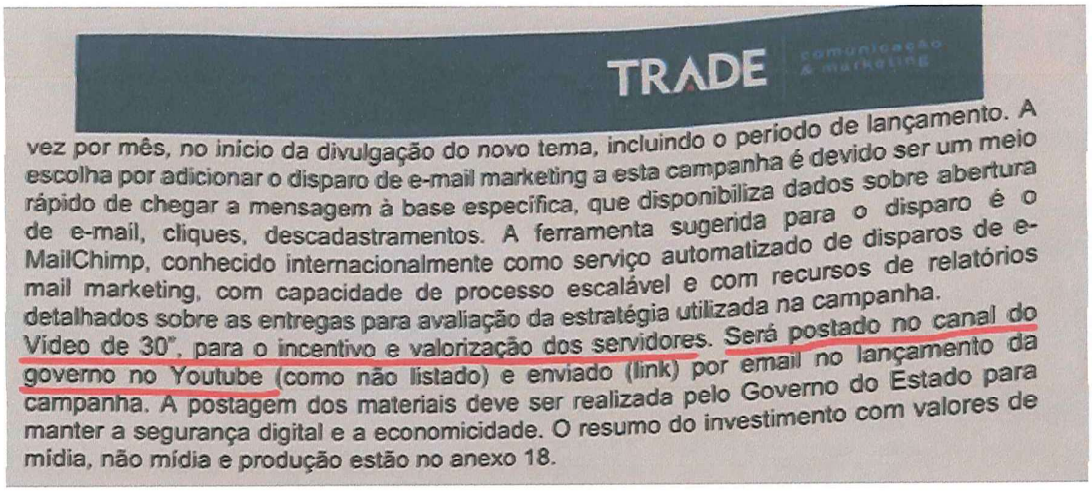
PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 21
Mov. 2


A postagem dos materiais deve ser realizada pelo Governo do Estado para manter a segurança digital e economicidade.
Sugerimos também a distribuição de 10.000 cartazes educativos sobre meio ambiente que serão distribuídos nas escolas estaduais e nas repartições públicas.
Campanha investidores institucionais, corporações e empresários:

24


TRADE comunicação & marketing

Conforme objetivo estabelecido, temos que falar também como o público investidor, com os empresários, com todas as pessoas que de uma forma ou outra estão dispostas em


TRADE comunicação & marketing

vez por mês, no início da divulgação do novo tema, incluindo o período de lançamento. A escolha por adicionar o disparo de e-mail marketing a esta campanha é devido ser um meio rápido de chegar a mensagem à base específica, que disponibiliza dados sobre abertura de e-mail, cliques, descadastramentos. A ferramenta sugerida para o disparo é o MailChimp, conhecido internacionalmente como serviço automatizado de disparos de e-mail marketing, com capacidade de processo escalável e com recursos de relatórios detalhados sobre as entregas para avaliação da estratégia utilizada na campanha.
Vídeo de 30", para o incentivo e valorização dos servidores. Será postado no canal do governo no Youtube (como não listado) e enviado (link) por email no lançamento da campanha. A postagem dos materiais deve ser realizada pelo Governo do Estado para manter a segurança digital e a economicidade. O resumo do investimento com valores de mídia, não mídia e produção estão no anexo 18.

103. O que se observa de tudo isso é que também quanto a este ponto não merece prosperar a pretensão recursal da TRADE.

3.2.8. Da alegação de suposto vício pela alegada não apresentação de defesa técnica da mídia TV aberta com merchandising

104. A agência TRADE alega, em síntese, que a LUA não apresentou defesa técnica para o uso de merchandising na TV aberta, a exemplo de apresentação de métricas de cobertura, GRPs, frequência média etc.

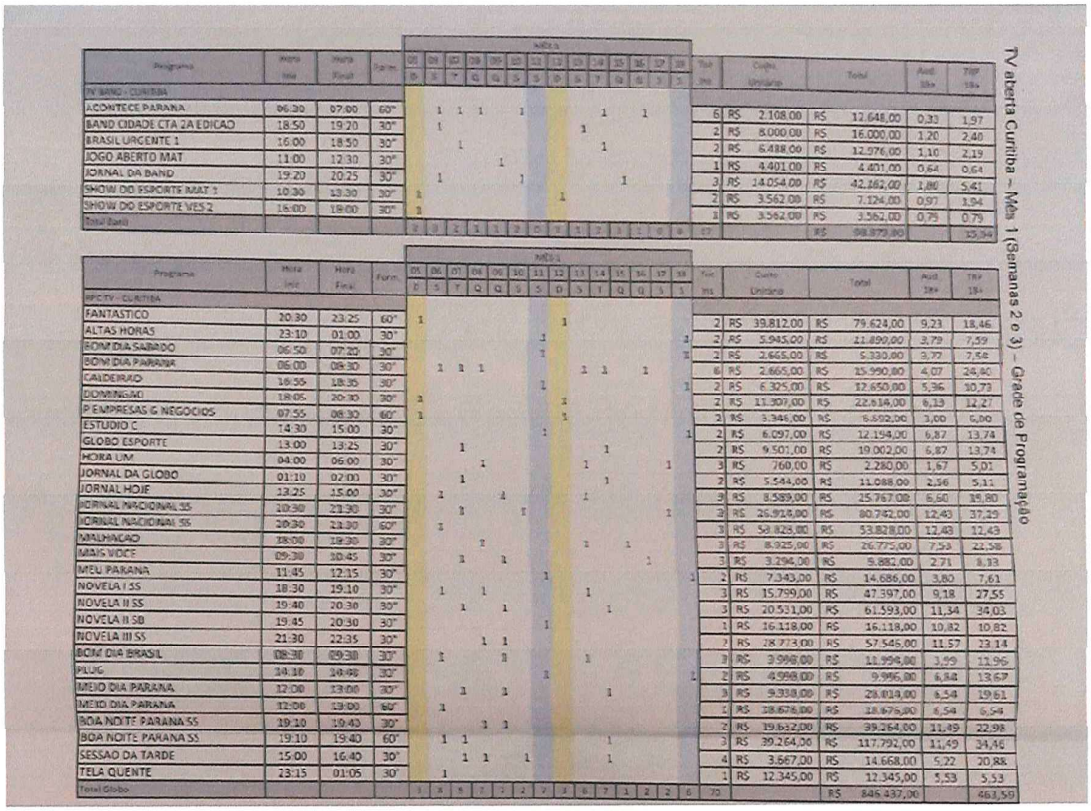
105. Ledo engano!

106. Basta uma rápida examinada no plano de comunicação publicitária apresentado pela LUA, sobretudo nas páginas 29 a 49, que se constata que as suas alegações não condizem com a realidade. Observem o excerto abaixo:

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 22
Mov. 2



TV aberta Curitiba – Mês 1 (Semanas 2 e 3) – Grade de Programação

Programa	Hora Ini	Hora Fim	Form.	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	Tot Ins	Custo Unitário	Total	Aud 18+	TRP 18+
TV BAND - CURITIBA																						
ACONTECE PARANA	06:30	07:00	60"			1	1	1		1				1		1		6	R$ 2.108,00	R$ 12.648,00	0,33	1,97
BAND CIDADE CTA 2A EDICAO	18:50	19:20	30"			1							1					2	R$ 8.000,00	R$ 16.000,00	1,20	2,40
BRASIL URGENTE 1	16:00	18:50	30"				1							1				2	R$ 6.488,00	R$ 12.976,00	1,10	2,19
JOGO ABERTO MAT	11:00	12:30	30"					1										1	R$ 4.401,00	R$ 4.401,00	0,64	0,64
JORNAL DA BAND	19:20	20:25	30"			1				1						1		3	R$ 14.054,00	R$ 42.162,00	1,80	5,41
SHOW DO ESPORTE MAT 1	10:30	13:30	30"	1							1							2	R$ 3.562,00	R$ 7.124,00	0,97	1,94
SHOW DO ESPORTE VES 2	18:00	18:00	30"	1														1	R$ 3.562,00	R$ 3.562,00	0,79	0,79
Total Band				2	0	2	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	17		R$ 98.879,00		15,94

Programa	Hora Ini	Hora Fim	Form.	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	Tot Ins	Custo Unitário	Total	Aud 18+	TRP 18+
RPC TV - CURITIBA																						
FANTASTICO	20:30	23:25	60"	1							1							2	R$ 39.812,00	R$ 79.624,00	9,23	18,46
ALTAS HORAS	23:10	01:00	30"							1							1	2	R$ 5.945,00	R$ 11.890,00	3,79	7,59
BOM DIA SABADO	06:50	07:20	30"							1							1	2	R$ 2.665,00	R$ 5.330,00	3,77	7,54
BOM DIA PARANA	06:00	08:30	30"		1	1	1					1	1	1				6	R$ 2.665,00	R$ 15.990,00	4,07	24,40
CAIDERNO	16:55	18:35	30"							1							1	2	R$ 6.325,00	R$ 12.650,00	5,36	10,73
DOMINGAO	18:05	20:30	30"	1							1							2	R$ 11.309,00	R$ 22.618,00	6,13	12,27
P EMPRESAS G NEGOCIOS	07:55	08:30	60"	1							1							2	R$ 3.346,00	R$ 6.692,00	3,00	6,00
ESTUDIO C	14:30	15:00	30"							1							1	2	R$ 6.097,00	R$ 12.194,00	6,87	13,74
GLOBO ESPORTE	13:00	13:25	30"			1							1				1	2	R$ 9.501,00	R$ 19.002,00	6,87	13,74
HORA UM	04:00	06:00	30"				1							1			1	3	R$ 760,00	R$ 2.280,00	1,67	5,01
JORNAL DA GLOBO	01:10	02:00	30"			1							1					2	R$ 5.544,00	R$ 11.088,00	2,56	5,11
JORNAL HOJE	13:25	15:00	30"		1			1										3	R$ 8.589,00	R$ 25.767,00	6,60	19,80
JORNAL NACIONAL SS	20:30	23:30	30"			1					1						1	3	R$ 26.914,00	R$ 80.742,00	12,43	37,29
JORNAL NACIONAL SS	20:30	23:30	60"		1													3	R$ 58.828,00	R$ 53.828,00	12,43	12,43
MALHACAO	18:00	18:30	30"				1							1				3	R$ 8.925,00	R$ 26.775,00	7,59	22,58
MAIS VOCE	09:30	10:45	30"			1		1								1		3	R$ 3.296,00	R$ 9.882,00	2,71	8,13
MEU PARANA	11:45	12:15	30"				1				1						1	2	R$ 7.343,00	R$ 14.686,00	3,80	7,61
NOVELA I SS	18:30	19:10	30"		1		1					1						3	R$ 15.799,00	R$ 47.397,00	9,18	27,55
NOVELA II SS	19:40	20:30	30"			1		1					1					3	R$ 20.531,00	R$ 61.593,00	11,34	34,03
NOVELA II SB	19:45	20:30	30"							1								1	R$ 16.118,00	R$ 16.118,00	10,82	10,82
NOVELA III SS	21:30	22:35	30"				1	1										2	R$ 28.773,00	R$ 57.545,00	11,57	23,14
BOM DIA BRASIL	08:30	09:30	30"		1			1					1					3	R$ 3.998,00	R$ 11.994,00	3,99	11,96
PLUG	14:30	14:48	30"							1							1	2	R$ 4.998,00	R$ 9.996,00	6,84	13,67
MEIO DIA PARANA	12:00	13:00	30"			1		1					1					3	R$ 9.338,00	R$ 28.014,00	6,54	19,61
MEIO DIA PARANA	12:00	13:00	60"		1													1	R$ 18.676,00	R$ 18.676,00	6,54	6,54
BOA NOITE PARANA SS	19:10	19:40	30"				1	1										2	R$ 19.632,00	R$ 39.264,00	11,49	22,98
BOA NOITE PARANA SS	19:10	19:40	60"		1	1							1					3	R$ 39.264,00	R$ 117.792,00	11,49	34,46
SESSAO DA TARDE	15:00	16:40	30"			1	1		1				1					4	R$ 3.667,00	R$ 14.668,00	5,22	20,88
TELA QUENTE	23:15	01:05	30"		1													1	R$ 12.345,00	R$ 12.345,00	5,53	5,53
Total Globo				1	5	6	7	7	2	7	6	7	1	2	2	6		73		R$ 846.437,00		463,59

107. Tal simulação é apenas um exemplo que consta da página 29 do Plano de Comunicação Publicitária e que evidencia que todas as métricas necessárias para os impactos da ação proposta foram expostos e, assim, demonstram a defesa técnica do uso do meio sugerido.

108. Não merece, pois, prosperar o argumento segundo o qual não houve defesa técnica do meio merchandising na TV aberta.

3.2.9. Da alegação de suposto vício na programação da TV paga

109. A agência TRADE afirma, ainda, que também em relação ao meio TV paga não houve defesa técnica para a sua inserção no plano de mídia.

110. Mais uma vez, afirmação totalmente inverídica.

111. Conforme se observa das planilhas constantes do Plano de Comunicação Publicitário, mais especificamente nas páginas 29 a 49, a defesa técnica do meio TV paga foi plenamente demonstrada.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 23
Mov. 2

112. Ademais, especificamente em relação à TV paga, as métricas estão na tabela de simulação – audiência e TRP no target AB 25+, além do que a defesa técnica está exposta no meio do texto, conforme se observa do recorre abaixo:

> TV paga.
> A TV paga é o quinto meio mais consumido pelo target, ambos os sexos, classe AB, com mais de 25 anos (9 mercados), com 52,9% de penetração, e o segundo meio em afinidade neste target, com o índice de 159, como vimos na Figura 4. Desta forma, a estratégia aqui está voltada para a Camada 6 – Públicos específicos, com foco nos investidores. Serão veiculados o Filme Institucional de 60" e o Filme Infraestrutura e Desenvolvimento de 30" (os mesmos da TV aberta) durante as semanas 2 e 3 de campanha, junto com a estratégia direcionada para o público geral. A programação foi estruturada em horários determinados, das 18h à 1h, faixa horária conhecida como Prime Time da TV por assinatura no Brasil, justamente por concentrar as melhores audiências.
> Para atingirmos um público com potencial de investimento no Estado do Paraná, selecionamos todas as cinco emissoras com foco em notícias no ar atualmente (GloboNews, RecordNews, Jovem Pan News, CNN Brasil e BandNews TV), garantindo que toda a audiência que assiste a conteúdos de notícias na TV por assinatura, independentemente do viés ideológico, será impactada. É importante destacar que a GloboNews é, atualmente, a maior audiência na TV paga no público, ambos os sexos, classe AB, com mais de 25 anos, considerando todos os canais, o que mostra a relevância desse segmento para o público (fonte: Kantar – Audiências PayTV, Dezembro/21).
> Rádio

TV Paga (Semanas 2 e 3) – Grade de Programação

Mercado	Veículo	Colocação	Formato	Valor unitário	MÊS 1 SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5	Total de inserções	Total Tabela	Audiência AB 25+	TRP AB 25+
Nacional	BandNews TV	Rotativo Noite - 18h à 01h	30"	R$ 12.596,00		5	5			10	R$125.960,00	0,02	0,21
	Jovem Pan News TV	Rotativo Noite - 18h à 0h	30"	R$ 20.000,00		5	5			10	R$200.000,00	0,06	0,65
	GloboNews TV	Rotativo Noite - 18h à 01h	60"	R$ 37.320,00		5				5	R$186.600,00	0,27	1,33
	GloboNews TV	Rotativo Noite - 18h à 01h	30"	R$ 18.660,00		5	10			15	R$279.900,00	0,27	3,98
	CNN	Rotativo Noite - 18h à 01h	30"	R$ 16.000,00		5	5			10	R$160.000,00	0,06	0,58
	RecordNews TV	Jornal da Record News - 21h00	30"	R$ 24.000,00		5	5			10	R$240.000,00	0,09	0,95
										60	R$1.192.460,00		7,68

113. Em conclusão, improcedem as alegações da TRADE.

3.2.10. Da alegação de suposto vício na programação do meio Rádio

114. Ainda na linha dos seus argumentos inventivos, a TRADE afirma que, em relação à programação de 162 (cento e sessenta e duas) emissoras de rádio, *"não há*

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

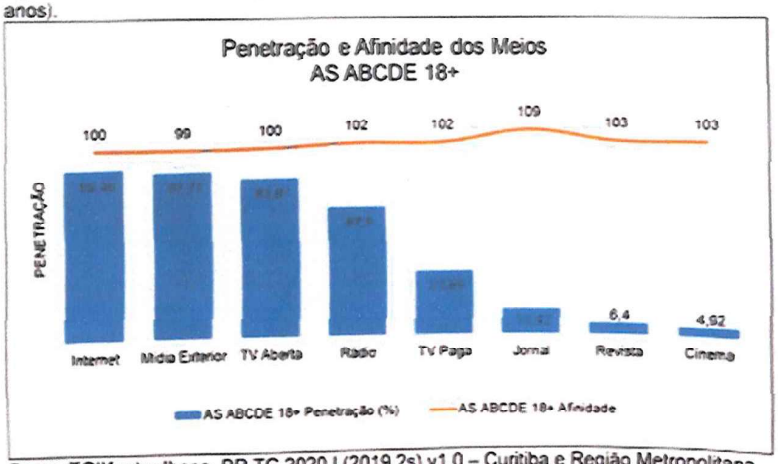
Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 24
Mov. 2

comprovação de audiência (defesa técnica), mesmo naquelas cidades em que sabidamente existem pesquisas oficiais de audiência".

115. Conforme observa-se na análise dos hábitos de consumo de comunicação do público (página 8), o meio rádio foi amplamente defendido do ponto de vista técnico com os índices de penetração e afinidade na população e dados extraídos do Target Group Index Kantar Ibope.

recursos e ativos disponíveis.
Para entender melhor nossos públicos externos (público em geral e investidor), é necessário analisar o consumo dos meios e ver como eles estão sendo impactados. Para auxiliar nessa análise, utilizamos o estudo de Target Group Index (TGI), da Kantar Ibope (base BR TG 2020 I (2019 2s) v1.0 Pessoas), que nos permite compreender quais os principais meios em termos de penetração e afinidade no target.
Antes de apresentar os gráficos, faz-se necessário esclarecer algumas terminologias que serão utilizadas:
- Penetração: refere-se ao percentual do target que declarou ter tido acesso ao meio especificado ao longo de uma semana.
- Afinidade: índice de base 100 que aponta qual a relevância de cada meio no target selecionado quando comparado ao mesmo meio na população em geral. Por exemplo, a afinidade de 109 aponta que o meio impacta 9% mais do público analisado do que no total da população. Já o índice de 97, por exemplo, indica que o meio impacta 3% menos do público analisado comparado ao total da população.
Os dados referem-se ao comportamento dos usuários durante o período de uma semana.
Figura 3: Análise do público (Curitiba, ambos os sexos, classes ABCDE, com mais de 18 anos).



Fonte: TGIKantar Ibope, BR TG 2020 I (2019 2s) v1.0 – Curitiba e Região Metropolitana.
Com base nesses dados, temos um tripé muito forte e consolidado formado por internet (89% de penetração), mídia exterior (87% de penetração) e TV aberta (83% de penetração), todos com afinidade muito próxima a 100. Rádio também é destaque, com 67% de

116. Some-se a isso, ainda, o fato de que, a partir da página 16 do seu plano de comunicação publicitária, a Lua também defendeu - ainda com mais profundidade – a programação do meio rádio, inclusive com a apresentação de dados técnicos relevantes:

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99625-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros |
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 25
Mov. 2

O rádio desempenhará papel estratégico no nosso esforço de comunicação. Não só pela amplitude e grande audiência, mas por ter grande potencial para contribuir com a compreensão da campanha por meio de materiais de áudio que estimulam a imaginação do ouvinte.
No Inside Rádio 2021, pesquisa anual também da Kantar IBOPE sobre o segmento, podemos ter um panorama atualizado e mais claro sobre consumo e relevância do meio.

15

Ainda se ouve rádio muito mais de casa, embora os centros urbanos concentrem bastante o ouvinte em trânsito (carro, ônibus, metrô). Também é uma realidade o hábito de ligar o aparelho e escutar em casa enquanto se cozinha, faz uma faxina ou apenas observa a vida da varanda.
A possibilidade de ouvir rádio em diferentes aparelhos permite que as pessoas estejam conectadas de todas as formas: 80% do público declara ouvir por aparelhos de rádio comuns e 25% declaram ouvir pelo celular (IBOPE Media EasyMedia4/abril/2021 a junho/2021). Uma realidade dos últimos anos, o aumento do consumo de rádios on-line mostra o potencial dinâmico do meio, que tem encontrado novas formas de expandir o contato com os ouvintes.
Como é possível ver na Figura 7, os formatos de maior recall deste meio são o spot (30%) e testemunhais feitos por locutores (20%). Os novos formatos utilizados pelas plataformas on-line, como anúncios inseridos nas playlists, anúncios em podcasts e propaganda na abertura do player/site da emissora de rádio, aparecem logo depois.
Figura 7: Formatos de propaganda em áudio que lembra ter ouvido nos últimos 30 dias

Ranking	Atividades	%
1	Comerciais no rádio entre os programas e as músicas	30%
2	Ações publicitárias feitas por locutores durante os programas de rádio	20%
3	Promoções na programação da emissora	19%
4	Anúncios inseridos na playlist do aplicativo que estou ouvindo	17%
5	Anúncios feitos enquanto ouço podcast	9%
6	Propaganda na abertura do player no site da emissora de rádio	8%

Fonte: Kantar IBOPE Media / 13 RMs / junho/2021.

117. Por fim, destaque-se que em toda a estratégia de mídia da LUA também é feita a defesa da utilização do meio rádio a partir de seus outros atributos, a exemplo do seu potencial de contribuir para a compreensão da mensagem.

118. Com relação aos dados de audiência específico das emissoras selecionadas, a divulgação no meio rádio contemplou 162 (cento e sessenta e duas) emissoras em parceria com a Associação de Radiodifusão do Paraná (AERP) cuja representação garante que a presença da campanha se dê nas melhores emissoras e com ampla cobertura em todo o Estado.

119. Além disso, não existem pesquisas regulares de audiência do rádio fora da capital, o que torna a defesa técnica do meio explanada acima satisfatória para justificar sua recomendação.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 26
Mov. 2

120. Em conclusão, não merecem prosperar os argumentos da TRADE também em relação a este ponto.

3.2.11. Da alegação de suposto vício na programação da mídia aeroportuária

121. A TRADE aduz, ainda, que a LUA deixou de apresentar dados mínimos suficientes para demonstrar a eficiência da mídia aeroportuária sugerida.

122. Mais uma vez, falseia a verdade, a TRADE.

123. É que, conforme se observa da página 21 do Plano de Comunicação Publicitária da LUA, os dados da mídia aeroportuária foram todos expostos e tecnicamente defendidos dentro do escopo de mídia exterior, gênero do qual a mídia aeroportuária é espécie. Vejam o excerto constante da página 21:

> Já para a Camada 6 – Públicos específicos, a mídia exterior será utilizada para impactar o público investidor com a estratégia de presença em locais onde, certamente, encontraremos este target.
> A estratégia prevê a veiculação em aeroportos, onde estaremos presentes nos terminais das principais capitais do País: São Paulo/Congonhas, Rio de Janeiro/Santos Dumont e Galeão, e Aeroporto de Brasília, que concentram boa parte do fluxo de executivos e demais stakeholders apropriados para esta campanha. Também teremos veiculação no Aeroporto de Curitiba/Afonso Pena, marcando o território do Governo do Paraná no principal aeroporto de entrada do Estado.
> A programação nos aeroportos fora do Paraná contempla formatos digitais, durante um mês de veiculação (semanas de 2 a 6), sempre focando nos formatos onde o público vai passar boa parte do tempo. Em Congonhas, Galeão e Brasília, utilizaremos os circuitos de painéis FIDS (Flight Information Display System – sistema de informações de voos, em português). São painéis de total atenção do público, pois trazem informações relevantes e atualizadas, como horário, status do voo e portão de embarque.
> No Santos Dumont, teremos o circuito digital embarque, localização que garante em média 1 hora de atenção de cada usuário, pois é o tempo que permanece no local até o embarque do seu voo.
> Já em Curitiba, no Aeroporto Afonso Pena, durante as semanas de 2 a 9, teremos painel no saguão do check-in e outro painel na saída do aeroporto, passagem obrigatória para todos que estão chegando à cidade. Ambos são de grande impacto e vão traduzir a mensagem de que as melhorias pelas quais o Paraná está passando são originárias das ações do Governo e, como causa direta desse fato, torna-se um dos melhores Estados para se investir no País. Esses painéis funcionam como um convite para esse público conhecer melhor todas as ações que estão sendo desenvolvidas.

124. Além disso, foi recomendada tal meio por se o canal de presença física de investidores, como bem destacado na página 11 do plano:

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 27
Mov. 2

- Público investidor. Público de outras localidades, com potencial de investimento na região, e que precisa ser alcançado para conhecer todas as transformações que estão acontecendo no Estado, colocando o Paraná na rota deste target.

8. Análise dos hábitos de consumo de comunicação do público.

Por conta das importantes mudanças que o mundo, o Brasil e o Estado do Paraná atravessaram nesses últimos anos, é fundamental uma análise completa, estruturada e fundamentada dos nossos públicos. Entender o que essas pessoas estão consumindo de mídia é indispensável para a construção de uma estratégia assertiva, plural, conectando às mídias pagas, não mídia e recursos próprios, visando sempre a melhor forma de aplicar os recursos e ativos disponíveis.

Para entender melhor nossos públicos externos (público em geral e investidor), é necessário analisar o consumo dos meios e ver como eles estão sendo impactados. Para auxiliar nessa análise, utilizamos o estudo de Target Group Index (TGI), da Kantar Ibope (base BR TG 2020 I (2019 2s) v1.0 Pessoas), que nos permite compreender quais os principais meios em termos de penetração e afinidade no target.

Antes de apresentar os gráficos, faz-se necessário esclarecer algumas terminologias que serão utilizadas:

- Penetração: refere-se ao percentual do target que declarou ter tido acesso ao meio especificado ao longo de uma semana.
- Afinidade: índice de base 100 que aponta qual a relevância de cada meio no target selecionado quando comparado ao mesmo meio na população em geral. Por exemplo, a afinidade de 109 aponta que o meio impacta 9% mais do público analisado do que no total da população. Já o índice de 97, por exemplo, indica que o meio impacta 3% menos do público analisado comparado ao total da população.

Os dados referem-se ao comportamento dos usuários durante o período de uma semana.

Figura 3: Análise do público (Curitiba, ambos os sexos, classes ABCDE, com mais de 18 anos).

125. Nessa ordem de ideias, também quanto a este ponto o desprovimento do Recurso da TRADE é medida que se impõe.

3.2.12. Da alegação de suposto vício na programação da mídia digital

126. Segundo a TRADE, a LUA deixou de fazer referências a métricas na utilização mídia digital.

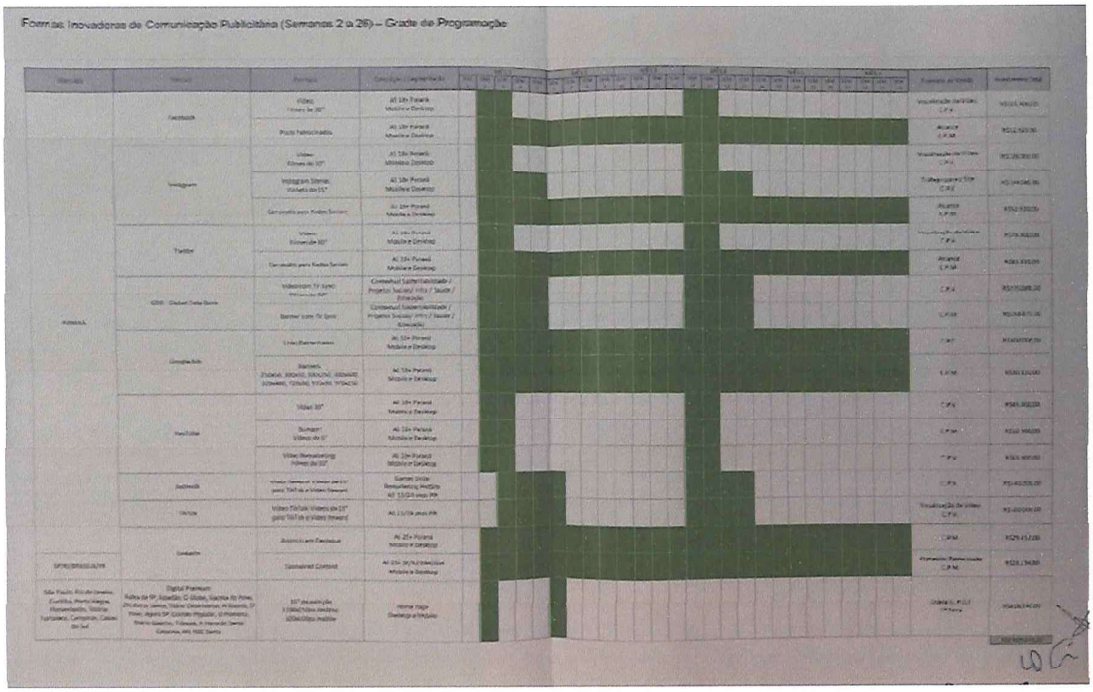
127. Outra alegação inverídica.

128. Basta que seja examinada a planilha constante da pág, 58 do Plano de Comunicação Digital da LUA que constata que há as métricas que justificam a utilização dos meios digitais indicados na proposta:

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 28
Mov. 2



129. Nessa planilha podem ser visualizados os formatos sugeridos, além de deixar claro se a estratégia utilizada é visualização, tráfego ou clique.

130. Assim, uma vez comprovada a inveracidade da alegação, improcedentes são os seus argumentos.

3.2.13. Da alegação de suposto vício na programação de Não Mídia - Letreiros

131. De acordo com a peça recursal da TRADE, a LUA teria, supostamente, deixado de orçar os custos com a instalação/distribuição dos meios letreiros como não mídia.

132. Quanto à tal alegação, tem-se que os letreiros gigantes não são peças de ampla distribuição como outras peças usuais de não mídia, a exemplo de folhetos e cartazes.

133. Tratam-se de instalações de alto impacto visual com forte potencial de viralização nas redes sociais. A produção do material, devidamente incluída na planilha de custos, já inclui a sua acomodação nos locais determinados, conforme consta do orçamento em anexo (**Anexo 1**).

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 29
Mov. 2

134. A verdadeira distribuição deste conteúdo se dará pelo compartilhamento das fotos desta peça nas redes sociais da população do Paraná, que acontecerá de forma orgânica e, portanto, sem custos.

135. Nessa ordem de ideias, não merece prosperar a argumentação segundo a qual não foi orçada a distribuição dos referidos letreiros.

3.2.14. Da alegação de suposto vício em relação ao público-alvo jovem

136. A TRADE afirma que *"o plano de mídia da LUA, como um todo, contempla muitas ações e acrescenta público não solicitado pelo Edital (Jovens), com isso acaba perdendo a essência da campanha que é comunicar às massas, a toda população paranaense"*.

137. Sobre tal alegação, deve ser destacado que o *briefing* esclarece que *"O Paraná tem tamanho e população equivalentes aos de muitas nações."* E acrescenta que a *"comunicação precisa levar em conta o benefício que as ações do Estado, para além da magnitude que possuam, trazem, de forma compreensível, para cada paranaense na sua escala de vida"*.

138. Assim, o recorte de público se faz necessário para tornar a comunicação mais assertiva e próxima. Em sua a estratégia, a LUA considerou o público jovem por entender que este *target* necessita de ações específicas para ser impactado pela comunicação do Governo do Estado.

139. Trata-se de recorte feito, sem perder de vista a massa da população, que se justifica ante a estratégia de comunicação publicitária desenvolvida pela LUA.

140. Não há, assim, qualquer irregularidade no direcionamento feito.

141. Improcede, pois, a pretensão recursal da TRADE também em relação a este ponto.

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99625-5045
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 30
Mov. 2

3.2.15. Da alegação de suposto vício na frequência utilizada para a campanha nos meios de comunicação de massa

142. Por fim, a TRADE sustenta que *"com um volume de 5 materiais, a frequência utilizada para a campanha, nos principais meios de comunicação de massa, é muito baixa para ter resultado."*

143. Ocorre, porém, o uso de 5 (cinco) materiais busca mostrar a diversidade e o volume de ações que o Governo do Paraná executa no Estado, contribuindo para o residual de que a administração pública estadual atua em diversas áreas.

144. Qual a irregularidade que há em se fazer tal programação? A toda evidência, nenhuma!

145. Mais uma vez, improcedentes as alegações da TRADE.

3.3. Das razões para o desprovimento do Recurso interposto pela agência 433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA.

146. A agência 433 COMUNICAÇÃO SOCIEDADE SIMPLES LTDA, doravante denominada simplesmente "433", interpõe Recurso Administrativo que merece ser desprovido de plano, nos termos da argumentação fático-jurídica a seguir exposta:

3.3.1. Da alegação de suposta irregularidade na programação do meio rádio

147. A agência 433 argumenta, em relação à LUA, que *"na grade de programação de rádio, a Campanha não apresentou a informação da faixa horária de veiculação."* Além disso, sustenta que algumas das emissoras programadas estão em valores abaixo da tabela.

148. Em relação a esta impugnação, tem-se que a proposta de mídia formulada pela LUA em relação ao meio rádio foi feita com base na Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná – AERP, que representa comercialmente todas as emissoras de rádio indicadas no plano de mídia.

149. Conforme tabela em anexo (**Anexo 2**), os valores incluídos na planilha de custos foram fornecidos pela referida entidade, oportunidade em que foram confirmadas informações acerca dos horários das inserções, especificando o valor

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4º andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3522-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros |
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.

PROTOCOLO INTEGRADO DO ESTADO
Fls. 31
Mov. 2

de tabela e toda a tratativa de busca de informações, confirmando inclusive que as inserções deveriam ser determinadas nas faixas horárias (manhã, almoço e final de tarde) e que a tabela se manteria por todo o ano de 2022. Assim, quanto ao horário das inserções, fez-se constar na página 20, de acordo com as informações fornecidas:

> [illegible] para o público (fonte: Kantar – Audiências Pay TV, Dezembro/21).
> Rádio.
> Na nossa campanha, o meio rádio será utilizado com 162 emissoras na Camada 3 – Influência local, com três inserções diárias (manhã, almoço e fim da tarde), totalizando 2.430 inserções por semana. Esta ação será realizada em parceria com as Associações das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP), garantindo uma veiculação em rede, com as melhores rádios e espaços para divulgação. A veiculação acontecerá nas semanas 2 e 3, juntamente com o lançamento da campanha e de forma simultânea com os demais meios já sinalizados nesta estratégia. Serão utilizados quatro spots, todos de 30", com os temas Infraestrutura, Meio ambiente, Segurança e Desafio Hídrico.

150. Assim, não merece prosperar a argumentação da 433.

4. DA CONCLUSÃO

151. Ante o exposto, a **LUA PROPAGANDA LTDA.** requer o recebimento das presentes CONTRARRAZÕES para desprover todos os Recursos Administrativos aqui guerreados, mantendo-se incólume o certame e a classificação final do fase de julgamento das propostas técnicas.

Nestes termos, pede deferimento.

São Paulo/SP, 20 de julho de 2022

LUA PROPAGANDA LTDA.
GIOVANNA PUPPI TULIO
REPRESENTANTE CREDENCIADA
CPF: 067.187.909-07

EDVALDO COSTA BARRETO JÚNIOR
OAB/DF 29.190

Matriz: Brasília
SIG, Quadra 1, Lotes 495/505/515 Ed. Barão do Rio Branco – 4° andar – CEP 70.610-410 – Brasília – DF
+55 (61) 3322-0507 +55 61 99623-5043
Filiais: Belo Horizonte | Boa Vista | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Manaus | Montes Claros | Palmas | Porto Velho | Rio Branco | Salvador | São Luís | Vitória
www.barretodolabella.com.br

Inserido ao protocolo **19.257.656-3** por: **Danilo Peres Buss** em: 21/07/2022 16:11. A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço: **https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento** com o código: **afb501418c1f5b4f1e4d5b9f76d30952**.