

## À CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO DO RIO ABAIXO

### Comissão Permanente de Licitação

A **SHINE ON LTDA**, CNPJ 02.367.995/0001-59, empresa situada na Avenida Wilson Alvarenga, 1047, no município de João Monlevade, na qualidade de licitante e interessada vem, com o devido respeito e o merecido acatamento, nos termos da Constituição Federal, da Lei 8.666/93, da Lei 12.232 e do Edital do processo de licitação número 76/2021 que se realizou na modalidade tomada de preço, número 04/2021, apresentar **CONTRARAZÕES**, referente a notificação recebida, em virtude dos fatos e dos fundamentos de direito abaixo aduzidos:

#### I - DA TEMPESTIVIDADE

Com base no edital e no Artigo 109 da lei 8.666/93, que trata dos Recursos Administrativo:

"Art. 109. -Inciso I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura de ata."

Considerando a data de 13 de dezembro de 2021, quando foi notificada do recurso interposto pela licitante ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA, iniciando-se o prazo no primeiro dia útil subsequente, o término do 5º dia útil torna-se dia 20 de dezembro de 2021 (segunda-feira).

Deste modo, tempestivo o presente recurso, tendo em vista que apresentado no prazo legal.

#### II - PRELIMINARMENTE

A revisão recursal é um instrumento de controle administrativo e significa a possibilidade de eventuais interessados se insurgirem formalmente contra certos atos da Administração, requerendo a reforma de determinada conduta.

Assim, requer a SHINEON LTDA que as razões aqui formuladas sejam devidamente atuadas e, se não acolhidas, o que se admite apenas e tão somente "*ad argumentandum*", que haja uma decisão motivada sobre o pedido formulado.

#### III - DOS FATOS

Cuidam os autos de Processo Licitatório, que a licitante ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA, apresentou recurso administrativo contra a fase de avaliação das propostas técnicas, em especial à pontuação distribuída pela Subcomissão Técnica às licitantes, incluindo à agência SHINE ON LTDA.

O presente recurso comprovará a improcedência do recurso administrativo apresentado pela ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA, que a pontuação recebida faz jus ao plano de comunicação apresentado pela mesma, sendo está, inclusive, merecedora de penalidades que foram de fato encontradas pela SHINE ON LTDA e que serão materialmente comprovadas.

#### IV - DA FUNDAMENTAÇÃO

Cumprir verificar que o artigo 3º, *caput*, da Lei nº 8.666/1993 preleciona que tanto a Administração Pública como os interessados ficam obrigados à observância dos termos e condições previstos no Edital.

“Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhe são correlatos.

§ 1º. É vedado aos agentes públicos:

I - admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato”.

Todavia, a licitante ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA aponta subjetivamente, sem embasamento legal, sem cláusulas existentes no edital, e sem provas materiais, erros inexistentes, contestáveis e absolutamente infundados, que serão esclarecidos e provados pelo presente documento, e que afirmarão a improcedência do Recurso Administrativo apresentado por essa licitante e que o mesmo exige claramente o descumprimento dos objetivos relevantes ao julgamento objetivo e ao caráter competitivo do processo licitatório com único intuito de favorecimento ilícito.

\*\*\*\*\*

Em seu recurso a ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA alega ter “apresentado 8 (oito) sugestões de veiculação” enquanto que sua concorrente SHINEON LTDA apresentou “apenas 5 (cinco)”. Atenha-se ao fato que não é previsto no edital nenhum número quantitativo exagerado de peças a serem apresentadas pelas licitantes participantes do certame.

2.2.4.1.8.3 – Ideia Criativa pode ser compreendida por:

2.2.4.1.8.3.5 – Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, story-board impresso, ou “monstro” de peça de internet ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a 01 (uma) peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação tradicional, proposto pela licitante; se apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite citado neste.

Fato incontestável ainda que no edital não existe sequer previsão de pontuação a maior para as licitações que apresentarem um número maior de peças na ideia criativa, como se prova:

3.4.1.3 – Ideia Criativa:

3.4.1.3.1 – A adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal;

3.4.1.3.2 – A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

3.4.1.3.3 – A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

3.4.1.3.4 – A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

3.4.1.3.5 – A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

- 3.4.1.3.6 – Sua pertinência às atividades Câmara Municipal e à sua inserção na sociedade;
- 3.4.1.3.7– Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas;
- 3.4.1.3.8 – A exequibilidade das peças;
- 3.4.1.3.9 – A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

Portanto descarta nesse momento qualquer solicitação de reavaliação baseada na suposição de, por ter apresentado maior número de peças, a ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA devesse ter recebido uma pontuação maior, visto esse quesito não ter sido julgado em relação a quantificação de peças e sim a qualidade técnica apresentada na ideia criativa das licitantes.

\*\*\*\*\*

As imensas ponderações elaboradas pela ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA, em uma tentativa insana de se injustiçar em cada subtração de décimos atribuída pela Subcomissão Técnica, prova seu desejo claro em receber uma pontuação a maior mesmo que sem legalidade para fomentar as solicitações almejadas.

O edital exigiu claramente que as licitantes elaborassem a estratégia de comunicação considerando o prazo de 30 dias, a verba de R\$ 30.000,00, e que as planilhas de preço fossem elaboradas considerando a tabela cheia de inserções de cada veículo:

- 2.2.4.1.8.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia:
  - 2.2.4.1.8.4.1 – Texto de até 02 (duas) laudas escritas, exceto as artes, em que, de acordo com as informações do briefing, que demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, à inclusão de tabelas não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação).
  - 2.2.4.1.8.4.2 – As tabelas, gráficos, planilhas e quadros **deverão considerar os preços em tabela cheia das inserções em veículos** e outros meios de comunicação;
  - 2.2.4.1.8.4.3 – Deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
  - 2.2.4.1.8.4.4 – Para desenvolvimento da estratégia de Mídia **deverá ser considerado um plano para 30 (dias) e uma verba de R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais);**

A ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA inescrupulosamente afirma que seu plano de comunicação teria "alcançado maior número de inserções comunicativas sem que o custo final fosse afetado", fato comprovadamente enganoso e distante da realidade como será comprovado a seguir.

Na elaboração do item 2.2.4.1.8.4.2 do edital, a ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA apresenta uma simples planilha de custos, sem menção clara da estratégia de execução do plano e com valores divergentes das tabelas de preço dos veículos de comunicação, descumprindo assim o item 2.2.4.1.8.4.2 do edital que faz exigências que devem ser apresentados "**os preços em tabela cheia das inserções em veículos**".

Avaliando a planilha da ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA é possível constatar as seguintes irregularidades:

**RÁDIO ALTERNATIVA:**

| Veiculação em Rádio |               |      |             |
|---------------------|---------------|------|-------------|
| Veículo             | Inserções Dia | Dias | Valor Total |
| Rádio Alternativa   | 10            | 30   | R\$3.900,00 |
| Rádio São Gonçalo   | 10            | 30   | R\$3.000,00 |

Apesar da ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA não ter informado o tempo de inserção a ser contrato (15" ou 30"), é possível fazer o cálculo unitário da inserção através da fórmula:

$$R\$ 3.900,00 / (30 \text{ dias} \times 10 \text{ inserções diárias}) = R\$ 13,00 \text{ valor unitário cada inserção,}$$

todavia não existe na tabela deste veículo esse preço de inserção (tabela em anexo). E mesmo que a licitante alegue a negociação de valores para execução do plano, essa atitude fere o exigido no item 2.2.4.1.8.4.2 do edital de que todas as licitantes deveriam considerar os valores cheios de tabela de veiculação, ou seja, sem descontos ou negociações.

Vale reforçar que essa exigência editalícia existe justamente para manter o equilíbrio e igualdade entre as propostas formuladas pelas licitantes, evitando assim benefícios obscuros por apresentação de valores inferiores ao de tabela e beneficiamento por inserção de um número maior de veiculações.

**JORNAL DIÁRIO DE SÃO GONÇALO**

| Veiculação em Jornal  |                |      |              |
|-----------------------|----------------|------|--------------|
| Veículo               | Tipo           | Dias | Valor Total  |
| São Gonçalo Notícias  | Ad ¼ de pagina | 7    | R\$3.100,00  |
| Diário de São Gonçalo | Ad ½ pagina    | 7    | R\$ 2.720,25 |

Para veiculação no **Diário de São Gonçalo** de 1 anúncio no formato ½ página, considerando a tabela em anexo, o custo deveria ter sido calculado pela seguinte fórmula: 6 colunas de largura x 14,85 no formato horizontal x R\$ 46,50, assim o valor unitário correto do é de R\$ 4.143,15, e não R\$ 2.720,25 como proposto.

Apesar de alegar incontestavelmente ter um plano com “maior número de inserções comunicativas sem que o custo final fosse afetado”, ignora o fato de não ter incluído no seu plano de mídia os jornais locais Boca do Povo e São Gonçalo Notícias, comprovando que a correta avaliação da Subcomissão Técnica ao julgar seu “desconhecimento das mídias existentes na cidade”.

### SITE PORTAL DO MÉDIO PIRACICABA

| Veiculação em Site      |                          |      |             |
|-------------------------|--------------------------|------|-------------|
| Veículo                 | Tipo                     | Dias | Valor Total |
| DeFato Online           | Ultra Banner<br>970x70px | 30   | RS3.000,00  |
| Portal Médio Piracicaba | Topo<br>728x90 px        | 30   | RS 2.400,00 |

A ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA afirma em seu recurso “revolta” pela Subcomissão Técnica justificar a pontuação menor recebida por ter demonstrado “desconhecimento das mídias e meios de comunicação”. Ocorre que avaliando o [www.portaldomediopiracicaba.com.br](http://www.portaldomediopiracicaba.com.br), observa-se que o mesmo foi registrado em 2019, possui apenas 958 seguidores no Instagram e 604 curtidas no Facebook, já a agência SHINEON LTDA propôs, além do DeFato, o site de Átila Lemos ([www.atilalemos.com.br](http://www.atilalemos.com.br)) que atua no mercado desde 2006, conta com mais de 11,9 mil seguidores no Instagram e mais de 41 mil curtidas no Facebook.

Fonte das informações:

<https://registro.br/tecnologia/ferramentas/whois/?search=www.portaldomediopiracicaba.com.br>  
<https://registro.br/tecnologia/ferramentas/whois/?search=www.atilalemos.com.br>

#### Domínio **portaldomediopiracicaba.com.br**

|                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| TITULAR            | Saulo Carvalho Ribeiro |
| DOCUMENTO          | 041.132.806-90         |
| PAÍS               | BR                     |
| CONTATO DO TITULAR | SACRI81                |
| CONTATO TÉCNICO    | SACRI81                |
| SERVIDOR DNS       | ns1.nanomedia.com.br ↕ |
| SERVIDOR DNS       | ns2.nanomedia.com.br ↕ |
| SACI               | Sim                    |
| CRIADO             | 25/09/2019 #20174034   |
| EXPIRAÇÃO          | 25/09/2023             |
| ALTERADO           | 23/09/2021             |
| STATUS             | Publicado              |

#### Domínio **atilalemos.com.br**

|                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| TITULAR            | Átila Bragança Lemos   |
| DOCUMENTO          | 08.214.681/0001-00     |
| RESPONSÁVEL        | Átila Bragança Lemos   |
| PAÍS               | BR                     |
| CONTATO DO TITULAR | ATBLE                  |
| CONTATO TÉCNICO    | MAT270                 |
| SERVIDOR DNS       | ns1.hostinger.com.br ↕ |
| SERVIDOR DNS       | ns2.hostinger.com.br ↕ |
| SERVIDOR DNS       | ns3.hostinger.com.br ↕ |
| SERVIDOR DNS       | ns4.hostinger.com.br ↕ |
| CRIADO             | 16/10/2006 #3115713    |
| EXPIRAÇÃO          | 16/10/2023             |
| ALTERADO           | 21/10/2021             |
| STATUS             | Publicado              |

## OUTDOOR BOX MÍDIA E SBM MÍDIA

| Veiculação Out Off Home |         |                     |            |             |
|-------------------------|---------|---------------------|------------|-------------|
| Veículo                 | Tipo    | Bi-semanas/<br>Dias | Quantidade | Valor Total |
| Box Mídia               | Outdoor | 2                   | 3          | R\$ 900,00  |
| SBM Mídia               | Outdoor | 2                   | 3          | R\$1.050,00 |

A proposta apresentada pela ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA para veiculação de mídia outdoor é outro precedente que comprova o desconhecimento e despreparo da licitante na elaboração do plano estratégico de mídia em relação a verba disponível.

O valor apresentado em sua planilha de custo é completamente surreal à realidade praticada pelos veículos. Além da **BOX MÍDIA não possuir 3 placas de outdoor** na cidade de São Gonçalo do Rio Abaixofoi informado ainda que durante 2 bi-semanas as *3 supostas placas* custariam apenas 900,00 o que seriam apenas R\$150,00 por placa no período de 1 bi-semana. A falha observa-se ainda na proposta da **SBM MÍDIA, que também não possui 3 placas na cidade**, com valores de locação de apenas R\$175,00 por placa no período de 1 bi-semana, afirmativa que é comprovada através da tabela apresentada em anexo.

Portanto a proposta da licitante apresenta benefícios ilegais e claramente proibidos pelo edital em seu item 2.2.4.1.8.4.2 , reforçando “As tabelas, gráficos, planilhas e quadros **deverão considerar os preços em tabela cheia das inserções em veículos e outros meios de comunicação;**”

O princípio do julgamento objetivo é decorrência lógica e impõe-se que a análise das propostas se faça com base no critério indicado no ato convocatório e nos termos específicos do mesmo. É possível subtrair evidências incontestáveis que a avaliação realizada pela Subcomissão Técnica sobre o plano de comunicação foi pautada pela verdade da análise objetiva exigida pelo edital e amparada pela lei.

O que se almeja através do edital é, nos dizeres do eminente Celso Antônio, “**impedir que a licitação seja decidida sob o influxo do subjetivismo, de sentimentos, impressões ou propósitos pessoais dos membros da comissão julgadora**” (Celso Antônio, 1998, p 338).

É fato que o plano de comunicação apresentado pela ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA, apresenta valores equivocados e que deveriam ter sido considerados, todavia essas correções nos valores do anúncio formato ½ páginas no Diário de São Gonçalo e na veiculação das mídias em Outdoor, faria seu plano total ter sido na realidade de R\$ 30.785,65, o que acarretaria o descumprimento claro do edital, ocasionando inclusive a possibilidade clara e incontestável de sua desclassificação do certame:

2.2.4.1.8.4.4 – Para desenvolvimento da estratégia de Mídia deverá ser considerado um plano para 30 (dias) e uma verba de R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais);

3.4.2.1.1.7 – Será DESCLASSIFICADA a proposta que:

3.4.2.1.1.7.1 – Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

|                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| Radio                 | 6.900,00            |
| Spot                  | 550,00              |
| Carro de som          | 3.120,00            |
| Spot gravação         | 750,00              |
| A Notícia             | 3.100,00            |
| Diário de São Gonçalo | 4.143,15 1/2 página |
| Site                  | 5.400,00            |
| BOX                   | 900,00 1 placa      |
| SBM                   | 1.603,50 1 placa    |
| Cartaz                | 299,00              |
| Lona                  | 270,00              |
| Panfleto              | 550,00              |
| Distribuição          | 1.200,00            |
| Facebook              | 2.000,00            |
| <b>TOTAL PLANO</b>    | <b>30.785,65</b>    |

Tabelas de Mídia

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| Estimativa de custo de produção e veiculação                             |  |  |  |
| Campanha: Aprendiz Legal, dê o play no seu futuro no mercado de trabalho |  |  |  |

| Veiculação em Rádio |               |      |             |
|---------------------|---------------|------|-------------|
| Veiculo             | Inserções Dia | Dias | Valor Total |
| Rádio Alternativa   | 10            | 30   | R\$3.900,00 |
| Rádio São Gonçalo   | 10            | 30   | R\$3.000,00 |

| Gravação de spot para rádio 30" |             |
|---------------------------------|-------------|
| Fornecedor                      | Valor Total |
| Studio CNC                      | R\$550,00   |

| Veiculação novelinha em Carro de Som |                 |      |             |
|--------------------------------------|-----------------|------|-------------|
| Veiculo                              | Inserções Dia   | Dias | Valor Total |
| Marcelo Carvalho sonorização         | 4 Horas Diárias | 26   | R\$3.120,00 |

| Gravação novelinha carro de som 45" |             |
|-------------------------------------|-------------|
| Fornecedor                          | Valor Total |
| Studio CNC                          | R\$750,00   |

| Veiculação em Jornal  |                  |      |              |
|-----------------------|------------------|------|--------------|
| Veiculo               | Tipo             | Dias | Valor Total  |
| São Gonçalo Noticias  | Ad 1/4 de pagina | 7    | R\$3.100,00  |
| Diário de São Gonçalo | Ad 1/2 pagina    | 7    | R\$ 2.720,25 |

| Veiculação em Site |                       |      |              |  |
|--------------------|-----------------------|------|--------------|--|
| Veiculo            | Tipo                  | Dias | Valor Total  |  |
| DeFato Online      | Ultra Banner 970x70px | 30   | R\$3.000,00  |  |
| Portal Piracicaba  | Médio Topo 728x90 px  | 30   | R\$ 2.400,00 |  |

| Veiculação Out Off Home |         |                  |            |             |
|-------------------------|---------|------------------|------------|-------------|
| Veiculo                 | Tipo    | Bi-semanas/ Dias | Quantidade | Valor Total |
| Box Mídia               | Outdoor | 2                | 3          | R\$ 900,00  |
| SBM Mídia               | Outdoor | 2                | 3          | R\$1.050,00 |

Valores da impressão dos outdoors já incluso.

| Produção    |            |            |             |
|-------------|------------|------------|-------------|
| Produto     | Quantidade | Fornecedor | Valor Total |
| Cartazes    | 80         | WS Print   | R\$ 299,00  |
| Banner Lona | 2          | WS Print   | R\$ 270,00  |

Midia Panfleto (15x21 – 4x4 Cores – Ap 90g)

| Fornecedor    | Quantidade | Valor Total |
|---------------|------------|-------------|
| Gráfica Print | 6000       | R\$ 550,00  |

Distribuição e entrega de Panfletos

| Promotores Quant. | Dias | Valor Total |
|-------------------|------|-------------|
| 5                 | 10   | R\$1.200,00 |

Link Patrocinado para Redes Sociais

| Rede                 | Dias | Valor Total |
|----------------------|------|-------------|
| Facebook e Instagram | 30   | R\$2.000,00 |

Frente as provas materiais apresentadas, é fato que ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA embasou seu recurso em obscuridades e falsidades, na tentativa eloquente de dissimular os fatos e comprometer o caráter competitivo do certame. É comprovada a afirmação da Subcomissão Técnica de que essa licitante “demonstrou desconhecimento das mídias e meios de comunicação de maior visibilidade no município”.

Existem dezenas de Acórdãos sobre o assunto do TCU, citando por exemplo, os Acórdãos 134/2017, da relatoria do Ministro Benjamin Zymler, Acórdão 1.742/2016, da relatoria do Ministro Bruno Dantas, e o Acórdão 1.585/2015, da relatoria do Ministro-Substituto André de Carvalho, dentre outros;

O Princípio da Competitividade tem que ser cumprido e o licitante além de participante do processo licitatório, deve atuar também como guardião desse princípio, denunciando (Impugnando) o edital sempre que houver restrição ao caráter competitivo da licitação.

Adílson Dallari, em seu livro Aspectos Jurídicos da Licitação. São Paulo: Saraiva, 1992, p. 88, cita:

**“Visa a concorrência pública fazer com que o maior número de licitantes se habilitem para o objetivo de facilitar aos órgãos públicos a obtenção de coisas e serviços mais convenientes a seus interesses.** Em razão deste escopo, exigências demasiadas e rigorismos inconstantes com a boa exegese da lei devem ser arredados. Não deve haver nos trabalhos nenhum rigorismo e na primeira fase de habilitação deve ser de absoluta singeleza o procedimento licitatório”. (DALLARI apud MELLO, 2006, p. 558).

Era obrigação da Subcomissão Técnica seguir o princípio do julgamento objetivo previsto no Edital para avaliação das propostas, ou seja, apoiar-se em fatos concretos exigidos pela Administração e confrontados com as propostas oferecidas pelos licitantes, conforme se verifica nos artigos 44, *caput*, e 45, *caput*, da Lei nº 8.666/1993, *in verbis*:

“Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

Art. 45. O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle.”

Consonante ao edital e a lei, todas as justificativas e notas, apresentadas em ata pela Subcomissão Técnica, seguiram corretamente os princípios basilares da lei. Ademais, a não fundamentação de justificativas plausíveis apresentadas pela ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA em seu recurso, fere o Princípio da Legalidade, o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, bem assim ao Princípio da Fundamentação do Ato Administrativo.

## V – Considerações finais

Todas as licitantes participantes do certame se condicionam e obrigam a aceitar e cumprir as condições estabelecidas no edital, inclusive referente ao processo de julgamento.

É fato que compete à Subcomissão Técnica avaliar as propostas das licitantes participantes, mas é fato límpido que o certame não deve ser imperado pelo excesso de formalismo, desconstruindo do ensinamento de Hely Lopes Meirelles:



"O princípio do procedimento formal, todavia, **não** significa que a Administração deva **ser formalista a ponto de fazer exigências inúteis ou desnecessárias à licitação**". (grifo nosso)

Nessa matéria, a SHINEON LTDA expos a verdade que os princípios da isonomia, do formalismo moderado e da competitividade no Processo Administrativo não foram quebrados pela avaliação realizada pela SubComissão Técnica.

Vejamos que o Exmo. Sr. Des. Carlos Stephanini (Relator no MS 44122-9) em exame de questão similar, deixa claro acerca de Julgamento Objetivo:

"... Quanto ao Julgamento **Objetivo, trata-se daquele que se baseia no critério indicado no edital** bem como nos termos específicos das propostas. **Esse princípio afasta o discricionarismo na escolha das propostas, obrigando os julgadores a aterem-se ao critério prefixado na Administração.**"

A doutrina posiciona nas lições de Marçal Justen Filho (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. São Paulo: Dialética, 2010, p. 230. ):

"Todas as exigências são o meio de verificar se o licitante **cumpe os requisitos de idoneidade e se sua proposta é satisfatória e vantajosa**. Portanto, deve-se aceitar a conduta do sujeito que evidencie o preenchimento das exigências legais, ainda quando não seja a estrita regulamentação imposta originariamente na lei ou no EDITAL. Na medida do possível, deve promover, mesmo de ofício, o suprimento de defeitos de menor monta. **Não se deve conceber que toda e qualquer divergência entre o texto da lei ou do EDITAL conduz à invalidade, à inabilitação ou à desclassificação**".

E os tribunais: Posiciona a jurisprudência do TJMG:

"EMENTA: MANDADO DE SEGURANÇA - LICITAÇÃO - INABILITAÇÃO DO LICITANTE - AUSÊNCIA DE IDENTIFICAÇÃO NO ENVELOPE - EXIGÊNCIAS DEMASIADAS. A finalidade precípua da licitação é a obtenção da melhor proposta para a Administração Pública, não se podendo privilegiar o RIGORISMO da formalidade, em detrimento da ampla participação dos interessados. É o entendimento do eg. Superior Tribunal de Justiça: "Constitucional e Processual Civil.

**Pelo exposto, o solicitado no presente recurso da SHINEON LTDA manterá a veracidade do certame, prevalecendo o processo sem vícios e cumprindo os preceitos da lei e do edital.**

## VI - DO PEDIDO

A SHINEON LTDA, pelo exposto, requer e espera:

1. Seja recebido o presente recurso administrativo.
2. Não seja aceito o recurso interposto **ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA.**
3. Caso seja aceito o recurso da **ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA.**, que seja também revisada a somatória das tabelas de custos do plano de estratégia de mídia e não mídia, fazendo as devidas correções com inserção do valor cheio da veiculação proposta conforme a tabela de cada veículo, que seja revisada a somatório do plano e que a mesma seja desclassificada pelo descumprimento incontestável do item 2.2.4.1.8.4.4 do edital, conforme prevê o item 3.4.2.1.1.7.1.
4. Não seja homologada a presente licitação até decisão definitiva.
5. Seja observado o art. 109 da Lei 8.666/93 em especial o § 4º dirigindo o presente recurso, as atas e planilhas de avaliação formalizadas pela Subcomissão Técnica, à autoridade superior caso não seja reconsiderada a decisão que o motivou, sob pena de responsabilidade;
6. Seja dado o efeito suspensivo ao presente recurso até decisão final.

Caso não acatada as provas e reivindicações, a RECORRENTE fruirá do direito encaminhando o processo ao Ministério Público do Estado de Minas Gerais em forma de denúncia para apontamentos.

São Gonçalo do Rio Abaixo, 14 de dezembro de 2021



Simone Cristina Soares  
Representa Credenciada  
Recorrente: ShineOnLtda  
CNPJ: 02.367.995/0001-59  
Av. Wilson Alvarenga, 1047  
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001  
Telefax: 31-3852-1634



ANEXO

RÁDIO ALTERNATIVA



RÁDIO FM DO VALE PIRACICABA LTDA  
RÁDIO ALTERNATIVA 1 FM

CNPJ: 23.942.360/0001 - 08 - INSC. ESTADUAL: 362.697129-0071

**Tabela de preços**

Obs. Valores a partir de 01.01.2021 a 31.12.2021

Rotativo de 6:00 horas às 19:00 horas

**Inserção de 15 segundos**

Indeterminado.....R\$9,60

Determinado.....R\$13,33

Testemunhal.....R\$20,17

**Inserção de 30 segundos**

Indeterminado.....R\$14,48

Determinado.....R\$21,67

Testemunhal.....R\$28,83

## diário DE São Gonçalo

### TABELA DE PREÇOS ANÚNCIOS Validade de 1º/01/2021 a 31/12/2021

| COLOCAÇÃO                          | R\$/CM/COL. |
|------------------------------------|-------------|
| Capa (espaço máximo de 81 cm)      | 148,90      |
| Contra-capa e 3ª página            | 61,30       |
| Página determinada                 | 49,00       |
| Página indeterminada               | 46,50       |
| Publicidade legal, atas e balanços | 34,30       |

Cor – acréscimo de 30% (formato mínimo de 1/2 de página)

### FORMATO – TABLÓIDE

DIMENSÕES DA PÁGINA  
ALTURA 29,7 CM  
LARGURA 25,0 CM

1 COLUNA 3,8 CM  
2 COLUNAS 8,0 CM  
3 COLUNAS 12,3 CM  
4 COLUNAS 16,5 CM  
5 COLUNAS 20,7 CM  
6 COLUNAS 25,0 CM

**Hora H Monlevade Empresa Jornalística Ltda.**  
CNPJ: 15.440.525/0001-15  
Insc. Est. :Isento

r. Berlim, 28 - Sala 7 - Centro  
São Gonçalo do Rio Abaixo (MG)



SBM MÍDIA EXTERIOR LTDA - EPP  
31 3817-2727  
WWW.SBMSOLUCOES.COM.BR

SBM MÍDIA EXTERIOR LTDA  
RUA SANTA MARIA MAZZARELO, 185  
PONTE NOVA-MG - 35.430-220  
CNPJ: 25.375.452/0001-89  
IE: ISENT0

Solicitação 13/12/21  
# 33582056

Prévia

Confirmação #

|  |                                       |                 |                    |
|--|---------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Agência  | Cliente                               | Contato         | CNPJ/CPF           |
|  | <b>SHINE ON LTDA - EPP (SHINE ON)</b> |                 | 02.367.995/0001-59 |
| Endereço   | Bairro                                | Cidade          | UF CEP             |
| AV WILSON ALVARENGA, 1680, SALA 1                    | CARNERINHOS                           | JOÃO MONLEVADE  | MG 35930001        |
| Meios de Comunicação                                 | Produto / Atividade                   | Inscr. Estadual |                    |
| 31.3852-1634/ 31 92000-2162 / simone@shineon.com.br/ | PREFEITURA MUNICIPAL SÃO              | ISENTO          |                    |

|   |                  |             |
|---|------------------|-------------|
| OUTDOOR VEICULAÇÃO  | pontos/periodos: | 1           |
| * DUPLA SEMANA: 02-2022 (03/01/2022 a 16/01/2022)                           | pontos/periodos: | 1           |
| 331 * SÃO GONÇALO DO RIO ABAIXO, ENTRADA DA CIDADE SENTIDO CENTRO - FRONTAL |                  | RS 1.347,50 |



|      |                     |        |                 |                       |   |             |
|------|---------------------|--------|-----------------|-----------------------|---|-------------|
| Item | Descrição de Filtro | Nóveis | Não confirmados | Total Pontos/Periodos | 1 | RS 1.347,50 |
|------|---------------------|--------|-----------------|-----------------------|---|-------------|

| Produtos | Descrição | Un | Quantidade | Vlr. Unitário | Vlr. Total |
|----------|-----------|----|------------|---------------|------------|
| CZ03     | CARTAZ    | UN | 1,00       | RS 256,00     | RS 256,00  |
| Totais   |           |    | 1,00       | RS 256,00     | RS 256,00  |