

Esclarecimento I

Após a leitura atenta do documento licitatório temos o seguinte questionamento baseado em dois pontos do documento de briefing, onde temos:

No desafio de comunicação:

“Outro desafio que se impõe à comunicação é o de oportunizar o momento prévio à realização dos Jogos para ressaltar valores que são típicos do esporte - que estão presentes na vida dos brasileiros, como garra, determinação, superação, força de vontade, união, solidariedade, talento e respeito - como indutores da prática esportiva que representam o grande legado imaterial dos Jogos para as próximas gerações.”

Nos objetivos específicos temos:

“Aproveitar o ano dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos para potencializar a divulgação dos programas e ações do Ministério do Esporte e para ressaltar a importância de se praticar o espírito olímpico, oportunizando o momento em que há uma mobilização popular em torno da temática.”

A entrega da campanha se dará no dia 02/09 sendo que os jogos já foram abertos, após a leitura precisamos questionar se a campanha, objeto do processo licitatório, deverá contemplar o tempo anterior aos jogos ou se deverá ser colocada após o evento tendo como foco o legado deixado pela atividade olímpica no Brasil?

Resposta: A decisão fica a critério da proponente, devendo considerar que se trata de um exercício a ser submetido a julgamento, com o objetivo de avaliar a capacidade das agências de solucionarem um determinado problema de comunicação.

Esclarecimento II

Qual o endereço eletrônico onde estarão disponíveis os esclarecimentos, uma vez que no site do Ministério do Esporte ainda não está disponível a concorrência 01/2016?

Resposta: O endereço eletrônico é www.esporte.gov.br , na seção Licitações, onde estão disponibilizados o edital e as respostas aos questionamentos das proponentes.

Esclarecimento III

1 - Para elaboração do plano de mídia, o item 11.3.4.3 determina que os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

Perguntamos: em que data foi publicado o Aviso de Licitação?

Resposta: A publicação do aviso de licitação foi feita no Diário Oficial da União (DOU), seção 3, do dia 15/07/2016.

2 - O Briefing determina que “Para efeito de exercício criativo e de estratégias de mídia, as licitantes devem apresentar planejamento prevendo a distribuição das ações de comunicação ao longo do ano de 2016”.

Perguntamos: como a proposta será entregue em 02 de setembro próximo, ao final do terceiro trimestre de 2016, qual período deverá efetivamente considerado?

Resposta: A decisão fica a critério da proponente, devendo considerar que se trata de um exercício a ser submetido a julgamento com o objetivo de avaliar a capacidade das agências de solucionarem um determinado problema de comunicação.

3 - A partir de que data estará disponível o invólucro padronizado a ser fornecido pelo Ministério?

Resposta: Os invólucros já estão disponíveis no Ministério do Esporte - SIG Quadra 4, Lote 83, Edifício Capital Financial Center, Bloco C, Sala 310, CEP 70.610-440, Brasília, Distrito Federal. Dias úteis das 9h às 11h e das 15h às 17h

Esclarecimento IV

Questionamento:

1. O item 24.13 do edital indica que as contratadas centralizarão o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Brasília/DF, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório. É possível que a agência se inscreva na Concorrência através de empresa com atos constitutivos registrados em localidade diversa de Brasília-DF?

Resposta: Sim

2. As agências vencedoras da concorrência poderão assinar o contrato com o Ministério do Esporte através de empresa sediada em localidade diversa de Brasília-DF?

Resposta: Sim

Esclarecimento V

No item 13.3 página 23 do edital consta:

“ Os percentuais a que se referem os incisos I e II do subitem 2.1 do modelo de Proposta de Preços (anexo III) não poderão ser superiores a 50% (cinquenta por cento).”

Em contrapartida, na cláusula décima da minuta do contrato - itens 10.2.1.1 e 10.2.2 que referem-se aos mesmos incisos (reutilização de peças e reutilização na cessão de uso de obras consagradas) esse percentual será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento)

Pergunta: Qual o percentual máximo que devemos considerar no preenchimento da proposta de preços?

Resposta: Para fins de elaboração da proposta de preços, a proponente deverá considerar os termos do item 13.3 do edital. A minuta de contratos será alterada para adequar-se aos termos da proposta comercial da empresa vencedora.

Esclarecimento VI

Pergunta 01.

Com relação à Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica:

O Item 11.3.4.3.1, diz que, caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea “a” do subitem 11.3.4.3. devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro aviso de licitação.

Pergunta-se:

1 - Esse Edital já foi objeto de republicação ou podemos considerar como primeiro aviso de publicação?

Resposta: Deve-se considerar como primeiro aviso, pois não houve republicação.

Pergunta 02.

Em relação ao Briefing:

2- Quais são os polos de desenvolvimento esportivo para comunicação regional citados no Briefing?

Resposta:

<http://www.esporte.gov.br/index.php/institucional/alto-rendimento/rede-nacional-de-treinamento>

Esclarecimento VII

Considerando a leitura do briefing e demais documentos que integram o presente Edital, surge questionamento a respeito da campanha, mais especificamente quanto ao período da mesma, e maneira pela qual será trabalhada:

Há algum tipo de irregularidade, levando-se em consideração os critérios de julgamento da comissão, caso haja concentração da verba para campanha em período posterior aos Jogos Olímpicos e não "ao longo do ano", como exposto no briefing?

Resposta: A decisão fica a critério do proponente.

Esclarecimento VIII

INVÓLUCROS nº 1 e nº 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

FORMATAÇÃO

Onde devemos incluir a numeração das páginas? Podemos considerar o canto inferior direito segundo o padrão do Word?

Resposta: Sim, a critério do proponente.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser apresentadas nas formatações padrão geradas pelos próprios softwares de mídia?

Resposta: Vide item 11.2.3, inciso “I” a “IV” do edital.

INVÓLUCRO nº 3

GERAL

Os textos que compõe a Capacidade de Atendimento, Repertório, e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação poderão constituir um único caderno A4? Ou cada um deles deverá constituir um caderno, totalizando 3 cadernos?

Resposta: A formalidade é irrelevante. Fica a critério da proponente

REPERTÓRIO

As 10 peças do Repertório deverão vir acompanhadas por suas respectivas fichas técnicas?

Resposta: Vide item 11.8.2 do edital

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

As 5 peças que constituem cada um dos cases também deverão ser referendadas pelo anunciante?

Resposta: Vide item 11.10.1 do edital

Deverá ser apresentada uma ficha técnica geral para cada um dos cases ou fichas técnicas individuais para cada peça de cada case? Essas fichas técnicas fazem parte do limite de duas laudas estabelecido para cada case?

Resposta: Vide item 11.10.3, III do edital. A ficha técnica não integra o limite de duas laudas.

BRIEFING

Esta Comissão pode disponibilizar a marca do Ministério do Esporte e seu manual de aplicação?

Resposta: A marca e o manual estão disponíveis no seguinte endereço:

<http://www.esporte.gov.br/index.php/institucional/o-ministerio/publicidade>

O público interno, ou seja, os funcionários do Ministério do Esporte deverão ser considerados como público dentro desse esforço de comunicação?

Resposta: Atentar para os públicos-alvo descritos no briefing.

INVÓLUCRO nº 4

16.2.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Como estão sendo tratados os balanços extraídos do Sped, visto que a partir do ano 2016, a Junta Comercial MG não autentica Escrituração Contábil Digital (ECD)?

Resposta: O balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis deverão ser apresentados na forma da lei, conforme descrito no item 16.2.4, “b” do edital.

Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- Termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- Balanço patrimonial;
- Termo de abertura e encerramento;
- Requerimento de autenticação de Livro Digital;
- Recibo de entrega de Livro Digital.

Esclarecimento IX

1º ESCLARECIMENTO – PERGUNTAS PARA IDEIA CRIATIVA

No item 11.3.3.3.2 Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

Pergunta-se: Os CDs contendo os monstros para rádio/Internet/TV ou Cinema poderão ser apresentados fixados em suporte com etiqueta branca e indicação da peça ou deverão ser apresentados soltos com etiqueta e envelope branco?

Resposta: Vide itens 11.2.4 e 11.2.4.1 do edital. Atentar para o disposto no item 9.1.1.3 do edital.

No item 11.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1.

Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

Pergunta-se: As peças gráficas se apresentadas com suporte ou *passe-partout* existe uma cor padrão para o suporte ou *passe-partout*?

Resposta: Vide itens 11.2.4 e 11.2.4.1 do edital. Atentar para o disposto no item 9.1.1.3 do edital.

No item 11.3.3.3.5 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.

Pergunta-se: No caso das peças gráficas serem apresentadas com suporte ou *passe-partout* poderá ser aplicada etiqueta branca com indicação sucinta da peça ou a indicação deverá vir impressa na própria peça?

Resposta: Vide itens 11.2.4 e 11.2.4.1 do edital. Atentar para o disposto no item 9.1.1.3 do edital.

2º ESCLARECIMENTO – PERGUNTAS PARA REPERTÓRIO

No item 11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

Pergunta-se: Se apresentadas soltas poderão está fixada em *passe-partout* ou suporte ao lado do roteiro/storyboards ou apresentadas em envelopes soltos?

Resposta: Fica a critério da proponente. Atentar para o disposto no item 9.1.1.3 do edital.

No item 11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

Pergunta-se: Se apresentadas soltas poderão ser aplicadas em *passé-partout* ou suporte?

Resposta: Fica a critério da proponente. Atentar para a finalidade do item 9.1.1.3 do edital.

3º ESCLARECIMENTO – PERGUNTAS PARA RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

No item 11.10.3 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

Pergunta-se: As peças eletrônicas poderão ser apresentadas soltas em envelopes ou fixadas em suporte ou *passé-partout* acompanhadas dos seus respectivos roteiros?

Resposta: Fica a critério da proponente. Atentar para a finalidade do item 9.1.1.3 do edital.

No item 11.10.3 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

Pergunta-se: Se soltas poderão ser apresentadas em suporte ou *passé-partout*?

Resposta: Fica a critério da proponente. Atentar para a finalidade do item 9.1.1.3 do edital.

Esclarecimento X

Gostaríamos de saber se podemos usar as expressões: “Jogos Rio 2016”, “Olimpíadas no Brasil”, entre outras que são marcas exclusivas dos jogos olímpicos na comunicação de governo?

Resposta: A decisão compete à proponente

As orientações sobre a aplicação das marcas dos Jogos Olímpicos constam no site www.rio2016.com/marca

Esclarecimento XI

Constatamos que os esclarecimentos de números III, IV, V, VI e VII não estão mais disponíveis no site do Ministério.

Sendo assim, perguntamos: devemos continuar considerando as orientações contidas em cada um deles para o desenvolvimento dos materiais desta concorrência?

Resposta: Os esclarecimentos números III, IV, V, VI e VII, publicados anteriormente e retirados do site não dizem respeito a presente licitação e devem ser desconsiderados. As proponentes deverão observar as repostas aqui publicadas de forma consolidada.

Esclarecimento XII

Com relação ao item:

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

Pergunta 1 : Qual data de publicação do Aviso de Licitação?

Resposta: A publicação do aviso de licitação foi feita no Diário Oficial da União (DOU), seção 3, no dia 15/07/2016

Pergunta 2: Podemos incluir na estratégia de mídia veículos que não trabalhem com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia, como redes sociais e buscadores/displays (ex. Facebook, LinkedIn, Twitter, Google, mídia programática e etc.)?

Resposta: ~~Por normatização da SECOM/PR o Ministério do Esporte só pode comprar mídia em veículos que tenham sua tabela de preço inserida no seu cadastro do Midiacad.~~

Ao senhor presidente da Comissão Especial de Licitação do Ministério do Esporte

Ref: Concorrência 01/2016

Objeto: Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, instituições e informar o público em geral.

Apesar de esgotado o prazo para questionamentos em relação à concorrência acima citada, cumpre-nos alertar para a resposta do esclarecimento XII, pergunta 02, a seguir transcrita:

"Pergunta 2: Podemos incluir na estratégia de mídia veículos que não trabalhem com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia, como redes sociais e buscadores/displays (ex. Facebook, LinkedIn, Twitter, Google, mídia programática e etc.)?"

Resposta: Por normatização da SECOM/PR o Ministério do Esporte só pode comprar mídia em veículos que tenham sua tabela de preço inserida no seu cadastro do Midiacad."

Considerando que, de acordo com as regras do Midiacard, aqui reproduzidas:

USUÁRIOS DO MIDIACAD:

2. Terão acesso ao Midiacard:

- (i) os usuários da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) e do seu Núcleo de Mídia;**
- (ii) os usuários, dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (Secom);**
- (iii) os usuários de Agências de Propaganda contratadas por órgãos e entidades do Secom; e**
- (iv) os usuários de Veículos de divulgação.**

Fica claro que o acesso ao cadastro recomendado na resposta acima é restrito. Desta forma, inadvertidamente, esta Comissão poderá estar criando condições restritivas à participação do certame, em afronta à legislação vigente, sobretudo o disposto no art. 3º, parágrafo 3º do inciso I da Lei 8.666/93.

Sabemos que não há mais prazo para questionamentos. Entretanto, nos sentimos obrigados a alertar que tal resposta poderá ensejar futuros questionamentos entre os licitantes, já que agências que não têm nenhum contrato federal estariam impedidas de ter acesso ao Midiacard, condição estabelecida pela referida resposta.

Razão existe à licitante. A resposta ao esclarecimento XII, pergunta 02, deve ser retificada. Isso porque a exigência de se comprar somente de veículos cadastrados no Midiacard diz respeito somente à execução do contrato. Nesse momento, interessa ao Ministério do Esporte averiguar a capacidade da licitante em solucionar um determinado problema de comunicação, ainda que se utilize em sua estratégia de mídia de um veículo não cadastrado no Midiacard mas que possua tabela.

Importante esclarecer que a exigência de tabela de preços visa nivelar os licitantes e proporciona condições isonômicas para o julgamento, tanto que não se admite a apresentação de valores negociados, mas sempre os de tabela cheia.

Assim, a resposta ao esclarecimento XII, pergunta 02, fica retificada nos seguintes termos:

Resposta: A licitante poderá incluir qualquer veículo desde que trabalhe com tabela de preços e os valores a serem considerados serão sempre os de tabela cheia.

Esclarecimento XIII

1) Considerando a leitura do briefing e demais documentos que integram o presente Edital, surge questionamento a respeito da campanha, mais especificamente quanto ao período da mesma, e maneira pela qual será trabalhada:

Há algum tipo de irregularidade, levando-se em consideração os critérios de julgamento da comissão, caso haja concentração da verba para campanha em período posterior aos Jogos Olímpicos e não "ao longo do ano", como exposto no briefing?

Resposta: A decisão fica a critério da proponente, devendo considerar que se trata de um exercício a ser submetido a julgamento, com o objetivo de avaliar a capacidade das agências de solucionarem um determinado problema de comunicação.

2) O Decreto nº 8.683/2016 - DOU 1 de 26.02.2016 acrescentou o art. 78-A ao Decreto nº 1.800/1996, que regulamente a Lei nº 8.934/1994, a qual dispõe sobre o Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins.

Segundo o dispositivo, ora incluído, a autenticação de livros contábeis das empresas pode ser feita por meio do Sistema Público de Escrituração Digital (Sped), de que trata o Decreto nº 6.022/2007, mediante a apresentação de escrituração contábil digital.

A autenticação dos livros contábeis digitais será comprovada pelo recibo de entrega emitido pelo Sped e dispensa a autenticação de que trata o art. 39 da Lei nº 8.934/1994, nos termos do art. 39-A da referida Lei.

Dessa maneira, no que tange ao Balanço Patrimonial, Demonstrações Contábeis e a devida autenticação pela Junta Comercial, segue questão: será aceito o Recibo de Entrega emitido pelo SPED (Sistema Público de Escrituração

Digital) como comprovante de autenticação da Junta Comercial?

Resposta: O balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis deverão ser apresentados na forma da lei, conforme descrito no item 16.2.4, "b" do edital.

Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- Termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- Balanço patrimonial;
- Termo de abertura e encerramento;
- Requerimento de autenticação de Livro Digital;
- Recibo de entrega de Livro Digital.

Esclarecimento XIV

O edital orienta que as tabelas de mídia a serem utilizadas devem ser aquelas vigentes na data de sua publicação.

Sendo assim, perguntamos: qual data devemos considerar?

Resposta: A publicação do aviso de licitação foi feita no Diário Oficial da União (DOU), seção 3, do dia 15/07/2016.

Esclarecimento XV

Pergunta

Sobre o período no briefing. Como o edital não determina um período específico, a licitante terá que determiná-lo de acordo com sua estratégia, esse período pode ser inferior a 12 meses?

Esse período deverá ser antes das olimpíadas ou posterior, considerando os jogos finalizados?

Resposta: A decisão fica a critério da proponente, devendo considerar que se trata de um exercício a ser submetido a julgamento, com o objetivo de avaliar a capacidade das agências de solucionarem um determinado problema de comunicação.

Esclarecimento XVI

O Ministério do Esporte possui direito de usar gratuitamente a imagem dos atletas brasileiros que participaram dos Jogos Olímpicos Rio 2016?

Resposta: O Ministério do Esporte tem o direito ao uso gratuito da imagem somente dos atletas que participam do programa Bolsa Atleta, para campanhas publicitárias sobre o Programa Bolsa-Atleta.

Esclarecimento XVII

Em resposta ao Questionamento de página 12 do documento disponibilizado no site, verificou-se a seguinte resposta:

"As orientações sobre a aplicação das marcas dos Jogos Olímpicos constam no site - www.rio2016.com/marca

Após leitura do Manual do Comitê Olímpico, verifica-se que há vedação expressa da utilização política das suas marcas.

Dessa maneira, levando em consideração o solicitado por meio do briefing, questiona-se:

- Há conotação política na campanha pretendida pelo Ministério?

Resposta: Vide “DESAFIO DE COMUNICAÇÃO” no briefing, Anexo I, do Edital.

- O uso de marcas dos Jogos Olímpicos serão permitidos ou proibidos nas campanhas?

Resposta: O Ministério do Esporte, enquanto parceiro governamental, tem a possibilidade de uso das marcas dos Jogos Olímpicos, desde que seguidas as orientações que constam no site - www.rio2016.com/marca

Esclarecimento XVIII

Considerando as dúvidas sobre o período da campanha, uma vez que os Jogos Olímpicos já se encerraram, perguntamos: podemos definir o período de até 1 ano para o exercício da estratégia, sendo parte em 2016 e parte em 2017 sem que haja nenhuma irregularidade ou prejuízo na avaliação da nossa proposta técnica?

Resposta: A decisão fica a critério da proponente, devendo considerar que se trata de um exercício a ser submetido a julgamento, com o objetivo de avaliar a capacidade das agências de solucionarem um determinado problema de comunicação.

Esclarecimento XIX

Considerando que muitos atletas iniciam suas atividades na infância/ adolescência, podemos ampliar o público para a partir de 12 anos ou invés de 18 como diz o edital?

Resposta: O público-alvo a ser considerado é o que está no briefing, Anexo I do Edital.

Esclarecimento XX

Caso a agência utilize em sua campanha atletas beneficiados por programas do Ministério do Esporte, como bolsa atleta, por exemplo. Os custos com cachê deles terão que ser incluídos nos custos de produção?

Resposta: Todos os custos de produção, quando houver, terão que ser incluídos. Com relação aos atletas beneficiados pelo programa Bolsa Atleta, vide resposta ao esclarecimento XVI.

Esclarecimento XXI

Inicialmente, comprova-se a tempestividade deste pedido de esclarecimento, dado que a sessão pública presencial está prevista para o dia 02/09/2016, próxima sexta-feira, tendo sido, portanto, cumprido o prazo de sete dias úteis anteriores à data fixada para abertura da sessão pública do certame em referência.

Sobre esse tópico, a fim de não restar qualquer dúvida, este cidadão remete à Decisão n. 1.871/2005 do Tribunal de Contas da União – TCU:

23. A controvérsia, como salientado na instrução anterior dos autos, reside pois na interpretação que se dá a expressão 'até dois dias úteis antes'. A solução deve ser buscada na Lei n.º 8.666/93, aplicável subsidiariamente às licitações na modalidade Pregão, que, no caput do art. 110, estabelece o seguinte:

'Art. 110 Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.' (grifamos)

24. No caso vertente, aplicando-se o art. 110 da Lei de Licitações, é evidente que o dia do recebimento da proposta (10/8/2005) deve ser considerado na contagem do prazo. Desta forma, assiste razão à empresa representante, já que não paira qualquer dúvida de que eventuais impugnações poderiam ter sido apresentadas até (inclusive) o dia 8/8/2005.

Superado este ponto, vamos ao questionamento em si:

É óbvia a ligação entre o que vem sendo solicitado por meio do briefing e os Jogos Olímpicos.

Partindo dessa premissa, da necessidade da criação de uma campanha, e da necessidade de respeito uníssono aos direitos de uso da marca de terceiros, são necessários melhores esclarecimentos a respeito da possibilidade ou não do uso de expressões e marcas, que como consta no Guia disponibilizado - <https://www.rio2016.com/marca> - são devidamente protegidas e integram a propriedade intelectual dos respectivos Comitês Olímpicos.

A ausência de clareza quanto a este tópico pode vir a trazer sérios prejuízos na busca por uma competição que realmente busque a obtenção de uma proposta vantajosa ao Ministério.

Sendo assim:

a) Tanto a campanha quanto o conceito geral criados pelas proponentes podem partir da premissa de o Ministério do Esporte possuir autorização de terceiros para utilização de marcas e expressões protegidas legalmente?

Resposta: Torna-se desnecessária a discussão a respeito da tempestividade do questionamento, em função do interesse do Ministério do Esporte em proporcionar às proponentes todos os esclarecimentos necessários à perfeita elaboração da proposta.

No que diz respeito à pergunta, entendemos tratar-se de dúvida muito abrangente quando questiona sobre marcas e expressões de “terceiros”, sem sequer indicar minimamente quais seriam eles. Como dissemos anteriormente o Ministério do Esporte, enquanto parceiro governamental tem a possibilidade de uso das marcas dos Jogos Olímpicos, desde que seguidas às orientações que constam no site - www.rio2016.com/marca

b) A campanha e o conceito geral poderão se valer de símbolos e/ou expressões que dependem de autorização exclusiva de terceiros?

Resposta: A decisão compete à proponente, lembrando que a correta adequação do partido temático e do conceito serão objeto de julgamento conforme disposto no item 12.2.1.2, “a” do edital.