

À

Comissão Permanente de Licitação | CPL. da Prefeitura Municipal de Petrópolis | RJ.

ATT.: Sr. Edmilson Diamantino Rodrigues | Presidente

REF.: CONTRARRAZÕES ao recurso da **Recorrente E3**, relativo ao julgamento das Propostas Técnicas da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023**

MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA., com sede na cidade de Petrópolis, na Avenida Portugal, nº.: 186 - Valparaíso, Código de Endereçamento Postal | CEP.: 25.655-374, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas | CNPJ. do Ministério da Economia | ME. sob o nº.: 19.666.880 | 0001-68; neste ato representada por **CAROLINA KREISCHER COSTA E SILVA** - brasileira, empresária; portador da Carteira de Identidade | Registro Geral (RG) nº.: 265.596.55-1 (DETRAN. | RJ.) e inscrita no Cadastro de Pessoas Físicas | CPF. - gerenciado pela Receita Federal do Brasil | RFB. com o nº.: 148.393.917-00, nos autos da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023, Processo Administrativo nº.: 15.598 | 2023**; vem - tempestivamente e de acordo com o disposto no **inciso II do subitem 22.1.1 do Capítulo 22 | RECURSOS ADMINISTRATIVOS** da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023** e do **parágrafo 3º do artigo 109 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993** - e - ainda, - TEMPESTIVAMENTE, nos termos do parágrafo único do **artigo 110 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993**; apresentar suas **CONTRARRAZÕES RECURSAIS** a forma e ao conteúdo do julgamento das propostas técnicas das empresas Licitantes participantes da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023**, se fundamentando em fatos, no determinado no próprio Edital e na legislação pertinente, que apresentamos a seguir:

Capítulo V DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Artigo 109 - Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - Recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

Parágrafo 3º - Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

Capítulo VI DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Artigo 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.

Parágrafo único - Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade.

INTRODUÇÃO

O julgamento das propostas técnicas foi tão irregular e injusto e direcionado que das 07 empresas Licitantes, 5 recorreram: E3, Danza, Breve, Do It e Azimuth. Ou seja: 71,43 % das empresas se mostraram indignadas com a completa falta de critério apresentado pelos membros da Subcomissão Técnica e de um constrangedor julgamento SUBJETIVO e - pior, que sequer respeitou o **Princípio da Vinculação ao Edital**.

Como ilustração da dimensão desse **conjunto de IRREGULARIDADES**, que se destaque que o percentual de 71,43 % de recursos é raríssimo e muito difícil de encontrar país afora em se falando de licitações de publicidade e propaganda em serviços públicos.

Um **péssimo exemplo** que os membros da Comissão Permanente de Licitação, o ordenador de despesas e até mesmo o Prefeito Municipal não podem deixar passar em branco; tampouco os tribunais de fiscalização - seja o de justiça ou o de contas do Estado do Rio de Janeiro.

Feita essa introdução - o que fizemos questão de incluir em todas as nossas contrarrazões, vamos à análise dos argumentos apresentados no recurso da empresa Licitante **E3: 4ª colocada no julgamento do Invólucro nº.: 1 - quando as propostas eram avaliadas de forma anônima**.

Vamos por frases em confronto aos fatos:

01

"A utilização do elemento "personagens coroados" foi elencada como ponto negativo no momento da avaliação do sub quesito "Ideia Criativa" da proposta da Recorrente. No entanto, além de não existir qualquer vedação no Edital ou no Briefing para o uso de elementos históricos, a mesma estratégia foi adotada pela segunda colocada ..."

CONTRARRAZÕES

Com a máxima vênia, a tentativa de justificar seu evidente erro técnico na inclusão e/ou envolvimento de outra empresa, nos parece com o objetivo de confundir os membros da Subcomissão Técnica e da Comissão Permanente de Licitação. Enfim, um exercício de TERGIVERSAÇÃO que não pode ser tolerado.

02

"... entendemos que não é cabível juízo subjetivo se a campanha é de "mau ou bom gosto", visto que a ideia criativa deve ser apreciada objetivamente e de maneira formal, conforme prevê a legislação".

CONTRARRAZÕES

Com a máxima vênia, a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica. Como os membros da Subcomissão Técnica não podem ou deveriam exercer suas obrigações aqui?

E - desculpe, para os moradores de Petrópolis, SIM!, a campanha é completamente inadequada para o momento em que a cidade está passando.

Nossa empresa é de Petrópolis. Seus proprietários e funcionários moram em Petrópolis e - exatamente por isso, têm propriedade para se expressar. Assim como os membros (e também petropolitanos) da

Subcomissão Técnica.

Pelo erro da ideia em cotejo com o momento que a cidade (e os petropolitanos) está passando, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

03

“Na avaliação do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” da Recorrente e da segunda colocada, apesar de ter sido destacada a mesma quantidade de acerto e de erros (1 acerto e 3 erros para cada proposta), nos idênticos critérios avaliados (equilíbrio orçamentário para mídias tradicionais; desequilíbrio na alocação de verbas para mídias digitais; alocação de gastos inadequados para um veículo cada - “Petrópolis FM” para E3 e “TV Vila Imperial” para Danza; e baixa pesquisa sobre os veículos de comunicação da cidade), a nota da primeira colocada no certame em seu envelope 1 foi menor do que a da segunda colocada, em violação ao Princípio da Isonomia”.

CONTRARRAZÕES

Aqui, novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que sequer conseguiu defender em seu recurso o desproporcional investimento na Rádio Petrópolis FM.

Alguma defesa técnica ou mesmo genérica? Não, nenhuma sequer, somente mais um exercício de tentar - outra vez, justificar seu evidente erro técnico na inclusão e/ou envolvimento de outra empresa, o que nos parece - mais uma vez, com o objetivo de confundir os membros da Subcomissão Técnica e da Comissão Permanente de Licitação. Enfim, mais uma vez, um exercício de tergiversação que não pode ser tolerado.

Fica evidente como a proposta da E3 é genérica e afastada da realidade da cidade de Petrópolis e do dia a dia de seus moradores.

Pelo erro de sua proposta de mídia com os hábitos de mídia dos moradores de Petrópolis, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

04

“A segunda colocada (Danza) recebeu nota desproporcionalmente alta no subquesto “Estratégia de Comunicação Publicitária”, visto que adotou conceito de campanha não original, não criativo e datado (“Eu sou Petrópolis”) já utilizado por essa mesma em outras campanhas públicas (“Eu sou Vitória”, por exemplo) e utilizado por inúmeras outras entidades públicas espalhadas pelo Brasil (“Eu sou SEBRAE”, “Eu sou SESC”, “Eu sou SENAC” e “Eu sou Respeito”), em desrespeito ao critério de avaliação “c” do item 12.2.1.2 do Edital. De forma diametralmente oposta, a Recorrente recebeu nota menor no subquesto, apesar de criar conceito de campanha exclusivo e criativo para a Prefeitura de Petrópolis (“O sentimento é Nobre, o trabalho é Real”).”

CONTRARRAZÕES

Aqui, novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país, inclusive em licitações que a própria E3 participou. Em busca rápida na internet, a E3 participou de uma licitação em 2019 em Angra dos Reis ...

Ou seja, somente para confundir, acusa outra empresa de falta de originalidade quando - de fato, apresentou a ideia mais usada na história recente da comunicação de Petrópolis. Enfim, mais da mesma coisa para

tentar - outra vez, tentar justificar ou diminuir seu evidente erro técnico na inclusão e/ou envolvimento de outra empresa, o que nos parece - mais uma vez, com o único objetivo de confundir os membros da Subcomissão Técnica e da Comissão Permanente de Licitação. Enfim, mais uma vez, um exercício de tergiversação que não pode ser tolerado.

Pelo erro de sua proposta de mídia com os hábitos de mídia dos moradores de Petrópolis, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

05

“Em consulta ao Edital da licitação, a Recorrente não encontrou qualquer referência que sustentasse a retirada de pontos das licitantes que se valessem de elementos histórico-culturais da cidade de Petrópolis e, como o instrumento convocatório vincula a Administração, não poderia a dita Subcomissão julgar as propostas técnicas com base em critério não previsto anteriormente”.

CONTRARRAZÕES

A insistência chega a ser constrangedora ...

Novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país.

A E3 foi despontuada não por apresentar “elementos histórico-culturais da cidade de Petrópolis” - como quer tentar fazer entender; mas sim, por apresentar ideia completamente inadequada ao momento que a cidade está vivenciando e - ainda, por apresentar ideia/conceito genérica, trivial e comum, já utilizada em muitas campanhas na cidade.

E pelo erro de sua Ideia Criativa, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

06

“Além do mais, não consta no item 12.2.1.2 do Edital nenhum critério de pontuação que estabeleça a necessidade de se produzir a Estratégia de Comunicação Publicitária com base em elementos que afastem a imagem imperial da cidade de Petrópolis. Confira-se os critérios elencados:

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PM e a seu desafio de comunicação; b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PM com seus públicos; d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing; e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PM, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível”.

CONTRARRAZÕES

Mais constrangimento ...

Novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país.

E como se pode afirmar que não se pode encontrar “nenhum critério de pontuação” em confronto a uma ideia/conceito genérica, trivial e comum?

A redação da alínea ‘c’ é clara quando descreve “A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PM com seus públicos”. E com a devida vênia, o conceito proposto é realmente muito ruim para o momento que a cidade está tentando ultrapassar. É o óbvio. E ululante ...

E pelo erro de sua Ideia Criativa, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

07

“Pelo contrário: 3 das 6 páginas (50 %) do *Briefing* são reservados unicamente para abordar a história da cidade e sua relação com o período imperial, o que demonstra - de um lado, que essa própria Administração reconhece a indissociável vinculação entre a história local e as características de comunicação eficazes para atingir a população petropolitana, e - de outro lado, que a utilização dessa característica histórica única (nenhum outro, dentre os 5.568 municípios brasileiros, tem essa oportunidade) era ao menos *sugestiva* pelo instrumento convocatório, sendo irrazoável punir qualquer licitante por isso”.

CONTRARRAZÕES

Os fatos narrados não correspondem a totalidade do conteúdo do briefing.

Inicialmente - um fato que a narrativa do recurso da E3 omite, a ampla maioria dos Editais de Prefeitura do interior apresentam na introdução do briefing, o histórico da cidade. E assim o fez a Prefeitura de Petrópolis. Nada demais, a não ser para os interesses da empresa recursante E3.

O briefing é claro no como quis informar e no que queria exigir das empresas Licitantes. Está lá colocado para quem quiser ler: os capítulos OBJETIVOS DA CONTRATANTE, TAREFA DA LICITANTE - DESAFIO DA COMUNICAÇÃO e as orientações para a ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA.

O problema nunca esteve no briefing - mas sim, no modus operandi utilizado pelos membros da Subcomissão Técnica no julgamento das propostas técnicas. O resto é perda de foco e diagnóstico errado.

Resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país.

E pelo erro de sua Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia, a pontuação da E3 deve SIM! ser revista, mas para a menor ...

08

“A Recorrente entende que a Subcomissão Técnica cometeu um pequeno erro de cálculo no momento de sopesar os pontos positivos e negativos apresentados pela primeira (E3 - Pasta nº: 1) e pela segunda colocada (Danza - Pasta nº 6), visto que as ambas as agências receberam notas diversas, apesar de terem sido destacados o mesmo número de critérios cumpridos e descumpridos (1 ponto positivo e 3 pontos negativos para cada)”.

CONTRARRAZÕES

Novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país.

A relação lógica que a empresa RECURSANTE E3 quer que todos entendam, não é sempre aplicável, como no caso ora em tela. É evidente que se pode cumprir um critério com excelência e outro de uma maneira correta - por exemplo. Em ângulo oposto, pode se cometer um mero erro formal ou um grave erro material. São realidades completamente diferentes. E é assim em qualquer licitação do país. E a E3 - experiente Licitante, sabe disso ...

E tanto é assim, que a ideia/conceito da equivocada coroa é erro técnico grave. Fato inquestionável, menos para a E3 ...

09 → E3 em comentário da proposta técnica da Danza.

Acontece que a campanha não possui qualquer grau de originalidade e criatividade, visto que os lemas “*Eu sou [...]*” são utilizados pelas agências de propaganda em todo o Brasil há anos, apresentando-se como estratégia datada e bastante genérica/simplista.

CONTRARRAZÕES

Novamente, resta transparente que a E3 quer fazer às vezes da Subcomissão Técnica, não obstante que a Subcom foi ainda muito generosa com a E3, que - por uma constrangedora evidência, apresentou ideia/conceito já utilizada por diversas vezes em Petrópolis e em várias cidades do país.

Por fim, para que não restem dúvidas e devassados a gravidade do que estamos denunciando, a Subcomissão Técnica sequer analisou os fatos abaixo:

1 - A empresa **RECORRENTE E3** ultrapassou o valor | limite máximo permitido para a campanha hipotética a ser apresentada pelas empresas Licitantes.

Como somente um exemplo, de somente um veículo de comunicação, para ilustração e entendimento, pegamos o jornal **Correio Petropolitano**.

O mídia Kit com a tabela do veículo segue em anexo.

A E3 apresentou o valor de **R\$ 20.280,00** para a veiculação de **1/2 página**: 6 colunas x 26 altura = 156 x R\$ 130,00 (valor para página indeterminada | Preto & Branco) = **R\$ 20.280,00**.

Como é facilmente encontrado e percebido e indubitável, todo o material da recorrente foi apresentado em cores.

Dessa forma, esse seria o Cálculo correto para **Cor**, como a peça foi apresentada, **colorida!!!**:

1/2 página: 6 Colunas x 27 Centímetros = 162 Centímetros | Coluna x R\$ 156,00 = **R\$ 25.272,00**.

! R\$ 25.272,00 (Valor Correto) - R\$ 20.280,00 (Valor Errado) = R\$

! R\$ 999.937,04 (Valor subdimensionado da Campanha Hipotética apresentado pela Recorrente) + **R\$ 4.992,00** (Valor a maior com o cálculo e análise de somente um único fornecedor) = **R\$ 1.004,929, 04**.

Como em TODAS as licitações sérias no país, somente por esse ERRO MATERIAL e INSANÁVEL, a E3 já deveria ser **DESCCLASSIFICADA**.

E que se destaque que estamos falando da análise de somente um veículo de comunicação.

Resta evidente que a recorrente não conhece e não procurou conhecer o mercado de Petrópolis.

Espanta a omissão do julgamento dos membros da Subcomissão Técnica.

2 - Na lista complementar a E3 só apresenta 03 novas peças (spot, relógio digital e tótem digital). O resto é variação (diferentes artes para o mesmo meio) do que já havia apresentado na lista de peças corporificadas. Resta evidente a **falta de originalidade. Ideia Criativa simplória.**

Espanta a omissão do julgamento dos membros da Subcomissão Técnica.

3 - A E3 só apresentou uma única peça de Não-Mídia (cartaz). Resta evidente a **falta de criatividade. Ideia Criativa preguiçosa.**

4 - Na Estratégia de Mídia da E3, a Rádio Tribuna (a de maior audiência em Petrópolis) é a terceira na distribuição de verbas do plano com 15 %, atrás da Petrópolis FM (37 %) e Difusora AM (23 %). **Estratégia de Mídia equivocada e não técnica. Resta nítido que a recorrente não conhece e não procurou conhecer a realidade do mercado de Petrópolis.**

5 - O investimento para a produção de um único VT é de - inacreditáveis: **R\$ 167.000,00.**

Completamente fora da realidade do mercado publicitário do Município de Petrópolis e pior: caríssimo para a proposta do filme, que é até bastante simples.

Como os membros da Subcomissão Técnica ignoraram esse sobrepçoço?

6 - E pior do pior: o valor do filme é maior do que toda do que toda a veiculação proposta para o meio TV que é de R\$ 101.268,00.

Resta evidente a **falta de critério. Estratégia de Mídia sem nenhum critério técnico.**

7 - E por aí vamos ... O investimento em rádio (R\$ 148.308,80 - 20 % da verba) é maior que o investimento em TV (R\$ 101.268,00 - 13 % da verba).

Resta evidente a **falta de critério e conhecimento do mercado de Petrópolis. Estratégia de Mídia sem nenhum critério técnico.**

8 - O valor da produção de um único spot de rádio é de - inacreditáveis: **R\$ 25.000,00.** Valor dezenas de vezes maior do que é pago no mercado de Petrópolis - que aliás possui vários bons fornecedores; e pior: caríssimo para a proposta do filme, que é até bastante simples.

Como os membros da Subcomissão Técnica ignoraram esse sobrepçoço?

9 - E pior do pior: o valor da produção do spot é maior do que a verba destinada a Rádio Tribuna FM (R\$ 22.208,80).

Resta evidente a **falta de critério e conhecimento do mercado de Petrópolis. Estratégia de Mídia sem nenhum critério técnico.**

RESUMO DOS FATOS

CONSIDERANDO que estavam propostos no Edital os critérios de pontuação dos quesitos e subquesitos e quantidade de pontos por critério, seguindo as regras de um julgamento objetivo e não foram respeitados pelos membros da Subcomissão Técnica e ignorados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações;

CONSIDERANDO - conseqüentemente, que os membros da Subcomissão Técnica tinham todas as condições postas para a execução correta e estrito aos **Princípios da Moralidade, Legalidade, Transparência e do Julgamento Objetivo**;

CONSIDERANDO o fato é que os membros da SubComissão não obedeceram o que está determinado no **Edital** e na **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**;

CONSIDERANDO que IRREGULARMENTE, a SubComissão Técnica pontuou CONJUNTAMENTE, ao contrário do que a Lei determina;

CONSIDERANDO que não esqueçamos que estamos falando de uma SubComissão Técnica de profissionais que - *'a priori'*, deveriam se preocupar em julgar tecnicamente;

CONSIDERANDO que estamos falando de uma Concorrência Pública do tipo MELHOR TÉCNICA, que deveria privilegiar a mais apurada forma técnica e legal de julgamento;

CONSIDERANDO que - nesse sentido, preceitua que a Administração deve ater-se estritamente aos critérios indicados no Edital, confrontando-os com as propostas das empresas Licitantes para então chegar-se a resultados específicos, ponderados, graduados e objetivos;

CONSIDERANDO que é consensual, que o Edital tem força de Lei em processos licitatórios.

Artigo 45 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993:

"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.

CONSIDERANDO que a redação do **inciso VIII do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, igualmente reflete a preocupação do legislador em vincular o julgamento das propostas aos critérios objetivos previamente estipulados no Edital.

VIII - Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica.

CONSIDERANDO que as propostas da RECORRENTE E3 e de TODAS as empresas Licitantes já estão identificadas, inexistindo forma de se julgar novamente de maneira Não-Identificada as propostas técnicas para se tentar corrigir as MUITAS IRREGULARIDADES apresentadas.

CONSIDERANDO que diante da realidade da proposta técnica apresentada pela RECORRENTE E3, resta devassado um conjunto de IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES no julgamento dessa proposta técnica que não pode ser ADMITIDO para segurança do certame licitatório ora recursado e contrarrazoado.

CONSIDERANDO - por fim, que por todo o exposto e considerando que as IRREGULARIDADES no julgamento geraram VÍCIOS INSANÁVEIS, cujo único remédio é a anulação do certame.

MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA. requer que suas CONTRARRAZÕES RECURSAIS sejam aceitas e que o referido **Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2023**, sejam ANULADO, com a consequente REMARCAÇÃO e PUBLICAÇÃO da data de apresentação das propostas técnicas e comerciais, nos termos do **parágrafo 4º do artigo 21 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 29.06|1993**.

De uma empresária Petropolitana - em Petrópolis (RJ), em 03 de julho de 2023.

CAROLINA KREISCHER COSTA E SILVA
MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA.
DO IT Comunicação