

À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE CASTANHAL/PA.



REF: CONCORRÊNCIA N. 002/2022/PMC

DC3 COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 83.774.125/0001-04, com sede na Rua Municipalidade, nº 985, sala 516, CEP 66050-350, em Belém/Pará, neste ato representada na forma de seu contrato social, vem, perante esta Comissão, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao **RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto por **IVO AMARAL PUBLICIDADE Ltda** contra a pontuação atribuída à proposta técnica apresentada pela Recorrente e pela Recorrida no certame, com base nos fundamentos fático-jurídicos seguintes:

• RESUMO DOS FATOS OCORRIDOS NO CERTAME. DO RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA RECORRENTE.

O Município de Castanhal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, determinou a publicação do Edital CONCORRÊNCIA Nº 002/2022/PMC, tipo técnica e preço, visando a contratação de agência de propaganda.

Com efeito, após a análise pela Subcomissão Técnica das Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes, a Recorrente interpôs Recurso Administrativo contra a pontuação que foi atribuída à sua proposta técnica, bem como contra a pontuação conferida à proposta técnica ofertada pela Recorrida, alegando, em resumo, que:

- O item Lixocar, constante no conjunto de peças, sem exemplo, integrante da proposta técnica ofertada pela Recorrida, não é peça publicitária, e sim brinde de marketing promocional, sendo que sua eventual utilização implicaria em violação à Lei n. 12.232/2010, o que deveria culminar com a desclassificação da recorrida do certame, nos termos do item 16.1, b, do Edital.
- A pontuação atribuída à Recorrida, em relação à sua proposta técnica, deve ser reduzida, na medida em que, conforme justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica, a referida proposta não satisfaz enquanto mídia de compreensão irrestrita a todos os públicos, não podendo, portanto, ter a maior pontuação entre todas as concorrentes.
- A pontuação atribuída à proposta técnica ofertada pela Recorrente deve ser majorada, visto que não existe qualquer referência, na justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica no tocante à pontuação atribuída à proposta anteriormente mencionada, que possa levar à validação dos pontos ofertados, notadamente no tocante ao avaliador 3.

Contudo, conforme será demonstrado no decorrer destas contrarrazões recursais, não assiste razão à Recorrente, o que deverá culminar com o improvimento do recurso administrativo por ela interposto.



- **DA MANIFESTAÇÃO SOBRE OS ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA RECORRENTE. DA IMPOSSIBILIDADE DE PROVIMENTO DO RECURSO.**
- **DA IMPOSSIBILIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO DA RECORRIDA DO CERTAME.**

Nos termos já expostos no decorrer desta peça, a Recorrente sustenta, no recurso administrativo por ela interposto, que o item Lixocar, constante no conjunto de peças, sem exemplo, integrante da proposta técnica ofertada pela Recorrida, não é peça publicitária, e sim brinde de marketing promocional, sendo que sua eventual utilização implicaria em violação à Lei n. 12.232/2010, o que deveria culminar com a desclassificação da Recorrida do certame, nos termos do item 16.1, b, do Edital.

Contudo, não assiste razão à Recorrente.

Inicialmente, a Recorrida esclarece que a Recorrente pretende dar uma interpretação extensiva ao disposto no artigo 2º, § 2º, da Lei n. 12.232/2010.

Tal assertiva é formulada com base no fato de que o dispositivo legal em comento dispõe que “Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, **vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios**, respeitado o disposto na legislação em vigor”.

Como se pode perceber, o dispositivo legal em questão trata dos contratos referentes à prestação de serviços de publicidade a serem formalizados pela administração pública, que não poderão ter como objeto atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

Resta claro, portanto, que a Recorrente, para buscar a desclassificação da Recorrida do certame, pretende fazer uma interpretação manifestamente extensiva do dispositivo legal acima transcrito, o que se afigura totalmente incabível e dissociado da real vontade da lei.

Apenas esse argumento já é suficiente para afastar a alegação, formulada pela Recorrente no recurso administrativo objeto desta manifestação, no sentido de que a proposta técnica apresentada pela Recorrida no certame violaria o artigo 2º, § 2º, da Lei n. 12.232/2010, o que deveria levar à sua desclassificação, nos termos do item 16.1, b, do Edital, tendo em vista que, em realidade, o dispositivo legal é direcionado à impossibilidade de a administração pública incluir, nos contratos de serviços de publicidade, atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, o que, reitera-se, não guarda qualquer relação com a suposta irregularidade imputada pela Recorrente a uma peça, sem exemplo, integrante da proposta técnica ofertada pela Recorrida.

Inclusive, a própria Subcomissão Técnica, ao justificar a pontuação atribuída à proposta técnica ofertada pela Recorrida, deixou claro que “A proposta cumpriu as especificações exigidas no edital”.



Portanto, não há como se acatar o recurso administrativo interposto pela Recorrente.

Como se isso não bastasse, a Recorrente, ao informar que o item Lixocar, constante no conjunto de peças, sem exemplo, integrante da proposta técnica ofertada pela Recorrida, não é peça publicitária, e sim brinde de marketing promocional, parte de premissa manifestamente equivocada.

A realidade é que a Recorrente apresentou conclusões precipitadas acerca da peça Lixocar, que não correspondem à realidade.

Tal assertiva é formulada com base no fato de que a peça Lixocar integrou o conjunto de peças, **sem exemplo**, integrante da proposta técnica ofertada pela Recorrida.

Como se pode perceber, a partir de uma simples **indicação** de uma peça publicitária, a Recorrente concluiu que a mesma, em realidade, consistiria em um brinde.

Todavia, o Lixocar seria, em realidade, uma peça publicitária, ao trazer informações sobre a adequada destinação a ser dada ao lixo, não constituindo apenas um brinde, e sim uma peça publicitária com informes e dizeres.

Portanto, o item em questão em nada se diferenciaria de um folder explicativo, com a diferença de que, além de instruir, ele permitiria a aplicação efetiva do que estaria sendo instruído.

Desta forma, ao contrário do que tenta fazer crer a Recorrente, o Lixocar não consistiria simplesmente em um brinde, caracterizando marketing promocional, motivo pelo qual o recurso administrativo por ela interposto não pode ser acatado por esta CPL.

- **DA IMPOSSIBILIDADE DE REDUÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À RECORRIDA.**

Aduz a Recorrente, no recurso administrativo por ela interposto, que a pontuação atribuída à Recorrida, em relação à sua proposta técnica, deve ser reduzida, na medida em que, conforme justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica, a referida proposta não satisfaz enquanto mídia de compreensão irrestrita a todos os públicos, não podendo, portanto, ter a maior pontuação entre todas as concorrentes.

Porém, novamente não assiste razão à Recorrente.

Isso porque, em realidade, a menção, feita pela Subcomissão Técnica nas justificativas para a nota atribuída à proposta técnica ofertada pela Recorrente, foi no sentido de que em uma, e apenas uma das 06 peças corporificadas que foram apresentadas, qual seja um folder, “a sílaba -XO da palavra LIXO não deixa claro o objetivo da campanha dificultando a compreensão por parte do público geral”.

Inclusive, foi a partir desta justificativa que os avaliadores integrantes da Subcomissão Técnica concederam à Recorrida, no item Ideia Criativa, integrante da proposta técnica (no qual são justamente avaliadas as peças publicitárias sugeridas para a campanha), 19, 18 e 18 pontos.



Como se pode perceber, em virtude, justamente, da justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica, seus integrantes retiraram pontos do quesito ideia criativa, integrante da proposta técnica apresentada pela Recorrida.

Frise-se que o fato em discussão, mais uma vez, não guarda qualquer relação com o defendido pela Recorrente, no sentido de que deveria haver redução na pontuação atribuída ao quesito raciocínio básico, integrante da proposta técnica, o qual diz respeito, em realidade, à “apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Castanhal para enfrentar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação e os objetivos previstos no Briefing”.

Sobre o assunto em debate, também é válido destacar quatro pontos:

- Apesar de a Subcomissão Técnica ter visto dificuldade na leitura da palavra LIXO, por estar separada em sílabas, há confusão entre dificuldade de leitura e dificuldade de compreensão. No máximo, se pode dizer que alguém pode não ter uma leitura imediata da palavra, o que, numa segunda oportunidade, é facilmente resolvido. Como é possível ver na foto abaixo, da capa do folder, outro entendimento que não seja a palavra LIXO, ainda mais com o complemento “Descarte consciente, cidade inteligente” e o tema “Pacto por uma Castanhal mais limpa”?




[Handwritten signature]

- Segundo as justificativas da Subcomissão Técnica, pelo motivo acima citado, não teria ficado “claro o objetivo final da campanha dificultando a compreensão por parte do público geral”. Ora, a peça em questão é um folder, ou seja, uma única peça em um universo de 06 peças corporificadas, que foram apresentadas pela Recorrida. Logo, o folder é apenas uma peça; campanha é o conjunto de todas as peças. Assim, como uma única peça pode significar que “não deixa claro o objetivo da campanha”? Como a própria justificativa diz, fala-se em “campanha”, mas se está tratando, em realidade, de uma peça. Ora, campanha é uma coisa (é o todo, o conjunto de peças), enquanto a peça é a parte do todo. Assim, como pode apenas uma capa de folder dificultar a compreensão de uma campanha completa? Aqui sim, há uma “incoerência”.
- Validando a hipótese de que a leitura da capa do folder não foi tão clara e de fácil compreensão de todos os públicos, deve ser ressaltado que o edital fala em “campanha”, ou seja, há um “conjunto da obra. Então, não é correto dizer que não se deixa claro o objetivo da “campanha”; quando muito, pode ser da peça folder.
- Por outro lado, ainda segundo as Justificativas da Subcomissão Técnica: “Parecer final: A empresa cumpriu com os critérios exigidos, mas a proposta não satisfaz enquanto mídia de compreensão irrestrita a todos os públicos”. Fica explícito, aqui, que, ao se referir à “mídia”, se está fazendo alusão ao folder, ou seja, nessa parte há a correta interpretação entre a dificuldade de leitura de apenas uma peça, um item, e não ao conjunto delas que, no caso, seria a campanha completa, que deve ser julgada; do contrário, o edital pediria que as licitantes produzissem apenas a peça X ou peça Y, e não um conjunto delas. Para reforçar o conceito, a seguir fotos das outras peças da campanha:


OUTDOOR:



ANÚNCIO:





LIXO



**DESCARTE RESPONSÁVEL,
CIDADE SUSTENTÁVEL.**

Quem ama Castanhal, cuida. Quem cuida, faz o descarte correto do seu lixo. Cada um fazendo sua parte, os custos com a limpeza urbana podem ser reduzidos e direcionados para outras áreas, como saúde e educação. A Prefeitura está fazendo a parte dela, com a limpeza diária de ruas e a coleta de lixo e entulho. Mas é preciso que você também faça a sua, colocando seu lixo nos dias e horários de coleta determinados.

Para isso, é preciso cooperação, trabalho conjunto, um verdadeiro pacto de todos: Prefeitura e população. Afinal, ruas limpas significam menos doenças, menos bueiros entupidos, menos transtornos, mais qualidade de vida. Com trabalho sério, união e consciência ambiental podemos fazer a Castanhal que todos nós queremos e merecemos: com um presente lindo e um futuro melhor ainda.



BANNER DIGITAL:

LIXO



**DESCARTE CORRETO,
CIDADE NO RUMO CERTO.**



ROTEIRO PARA COMERCIAL DE RÁDIO:



Técnica – BG suave.

Locução feminina:

**Quem ama Castanhal, cuida.
Quem cuida, faz o descarte correto do seu lixo.**

**A Prefeitura faz a parte dela, na limpeza
de ruas e a coleta de lixo e entulho.**

**Mas é importante que você também
se conscientize, fazendo o descarte nos
dias e horários de coleta determinados.**

**Assim, vamos fazer a cidade que
todos nós queremos e merecemos.**

Locução masculina (assinatura):

**Pacto por uma Castanhal mais limpa.
Junte-se a nós!**

**Prefeitura de Castanhal.
Renovação e progresso.**

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'S'.

STORYBOARD PARA COMERCIAL DE TELEVISÃO:



Abre com uma face composta de resíduos sólidos. Durante todo o comercial, fica a logo da prefeitura em marca d'água no canto superior direito. Em seguida, aparecem faces compostas por outros tipos de resíduos. Trilha sonora suave. Locução em off:

Quem ama Castanhal, tem consciência ambiental.

Corta. Aparecem imagens do trabalho de limpeza de ruas e a coleta de lixo feita pelas ruas da cidade. Locução em off:

A Prefeitura faz a parte dela, na limpeza de ruas e a coleta de lixo e entulho.



Corta. Aparecem pessoas acondicionando o lixo em sacos próprios colocando nos locais adequados. Em seguida, mostra um garf fazendo a coleta dos sacos e colocando no caminhão de lixo. Locução em off:

Mas é importante que você também faça a sua, respeitando os dias e horários de coleta.

Afinal, ruas limpas significam menos doenças, menos bueiros, entupidos, menos transtornos, mais qualidade de vida.

Corta. Entra selo da campanha. Locução em off:

Pacto por uma Castanhal mais limpa. Junte-se a nós!

Corta para assinatura. Entra logo da prefeitura. Em letreiros: slogan da prefeitura, site e QR Code. Locução em off:

Prefeitura de Castanhal. Renovação e progresso.



Assim, já que não é possível analisar apenas uma das peças de forma isolada, fica claro que a campanha elaborada pela Recorrida é de fácil compreensão e corrobora para o atingimento do objetivo principal exigido pelo briefing do edital, que é promover uma consciência e um espírito de união e responsabilidade, para que todos ajudem a conservar limpa a cidade de Castanhal.

Desta feita, não há que se falar em redução da pontuação atribuída à proposta técnica apresentada pela Recorrida, na medida em que as questões suscitadas na justificativa ofertada pela Subcomissão Técnica já estão refletidas na pontuação concedida à Recorrida, motivo pelo qual deve ser negado provimento ao recurso administrativo interposto pela Recorrente.

• **DA IMPOSSIBILIDADE DE MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À RECORRENTE.**



Alega a Recorrente, no recurso administrativo objeto desta manifestação, que a pontuação atribuída à proposta técnica por ela ofertada deve ser majorada, visto que não existe qualquer referência, na justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica no tocante à pontuação atribuída à proposta anteriormente mencionada, que possa levar à validação dos pontos ofertados, notadamente no tocante ao avaliador 3.

Entretanto, as notas da Recorrente, em realidade, deveriam ser reduzidas, pela escolha absolutamente equivocada do tema de sua campanha: **BOXE**.

É notório que a sociedade vive tempos difíceis, com atentados a escolas, o que é reflexo de uma sociedade marcada pela injustiça social, com seus valores debatidos a cada tragédia ocorrida com as crianças e adolescentes.

Por isso, precisa ser reforçada, a todo momento, a cultura de paz, em vez de estimular “cruzados”, “uppers” e “ganchos” (só para citar alguns dos golpes do boxe), como forma, mesmo simbólica, de alcançar o objetivo de uma campanha publicitária.

Esse espírito de agressividade e disputa é a leitura possível que a campanha apresentada pela Recorrente transmite.

Com efeito, a referida campanha não simboliza união, mutirão e responsabilidade ambiental para o objetivo maior, que é manter a cidade sem lixo nos logradouros.

Não é na “porrada” que se conseguirá fazer que uma cidade entenda a importância de cada um cumprir seu papel na conservação do município.

Além de tudo isso, o boxe, a luta, a violência, como forma de combater algo, colocando-se como oponente e inimigo, além ser indutor de violência, traz uma linguagem figurada, metafórica, inadequada quando se busca uma campanha pautada em união, mutirão.

Será mesmo que a campanha elaborada pela Recorrente é de compreensão para todos os públicos? Certamente não.

Além de tudo isso, há um componente muito grave nas peças integrantes da campanha elaborada pela Recorrente: a utilização de uma criança, como se pode comprovar pela peça abaixo. Em uma fase de formação de caráter e de valores que perdurarão pelo resto da vida, é no mínimo temerário associar uma atividade de golpes violentos à inocência de uma criança, por mais que seja uma linguagem simbólica. E aqui cabe um exercício de imaginação: já que a campanha tem que ser para todos os públicos, como uma criança interpretaria a mensagem ao ver outra com uma luva de boxe? Que

tudo pode ser resolvido assim, na base da pancada, do adversário ao chão e na lei do mais forte? É essa a imagem que a Prefeitura quer ter junto à população, através de uma campanha publicitária? Certamente não.



BUSDOOR:



Justamente por isso é que, em hipótese alguma, pode ocorrer qualquer majoração na pontuação atribuída à proposta técnica ofertada pela Recorrente, uma vez que uma mensagem com metáforas e, principalmente, equivocada do ponto de vista educativo, não atende os objetivos pedidos no edital do certame. Pelo contrário, prejudica a imagem de gestão da cidade, ao se vincular a uma campanha que utiliza de elementos da violência.

Logo, deve ser negado provimento ao recurso administrativo interposto pela Recorrente.

- **DO PEDIDO**

Ante o exposto, requer a Recorrida que seja negado provimento ao Recurso Administrativo interposto pela Recorrente, com base nos argumentos apresentados no decorrer desta peça, mantendo-se integralmente a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica às propostas técnicas ofertadas pelas licitantes.

Nestes termos, pede deferimento.

Castanhal, 25 de abril de 2023.



Célio Pessoa Sales Filho
Diretor