



**EXCELENTÍSSIMO SENHOR EVERSON LUCIANO GERMINIANO DA SILVA - PRESIDENTE
DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE
COMPRAS E LICITAÇÕES DO ESTADO DE RONDÔNIA - SUPEL**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/2020/CEL/SUPEL/RO
Processo eletrônico nº 0042.244886/2020-67

PNA PUBLICIDADE LTDA ("PNA DIGITAL"), pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 04.746.016/0001-07, sediada na Rua Brasília, nº 2930, bairro São Cristóvão, em Porto Velho/RO, CEP 76804-070, cujos documentos de constituição e regularidade já foram apresentados em fase de habilitação da Concorrência, representada neste ato pelos advogados constantes da procuração anexa, que tem domicílio profissional na rua Senador Álvaro Maia, nº 1366, bairro Olaria, em Porto Velho/RO, e-mail contato@camargomagalhaes.adv.br, vem à presença de Vossa Excelência, com fundamento no artigo 109, § 3º, da Lei Federal nº 8.666/93 apresentar

CONTRARRAZÕES

Ao Recurso Administrativo interposto por **AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA** em 16/04/2021, segundo as razões expostas adiante.

DA TEMPESTIVIDADE

A Comissão Especial de Licitação da Superintendência Estadual de Compras e Licitações do Estado de Rondônia (CEL/SUPEL) comunicou¹ em 19/04/2021 a abertura de prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso interposto por Agência Nacional de Propaganda LTDA no processo nº 0042.244886/2020-67 (Concorrência Pública nº 007/2020/CEL/SUPEL/RO).

¹ Disponível em : https://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2021/04/SEI_ABC-0017424882-Aviso.pdf

Assim, as presentes contrarrazões, apresentadas em 27/04/2021, via e-mail encaminhado para o endereço <celsupelro@gmail.com>, são tempestivas.

BREVE RELATO DOS FATOS

A licitante Agência Nacional de Propaganda LTDA apresentou "**Recurso Administrativo**" em face da Ata de Manifestação e das Planilhas com Razões de Justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica da Comissão Especial de Licitação (CEL) da SUPEL², referentemente ao julgamento dos recursos apresentados anteriormente no processo em epígrafe, que trata de concorrência cujo objeto é a "*contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade [...] para atender o Superintendência Estadual de Gestão dos Gastos Públicos Administrativos - SUGESP*".

Em resumo, a Ata de Julgamento dos Recursos Administrativos consignou a análise da Subcomissão Técnica da CEL acerca dos argumentos das licitantes Recorrentes e das contrarrazões das Recorridas para, ao final, **decidir pela ratificação das pontuações atribuídas às licitantes na fase de julgamento das propostas.**

Complementarmente, também foram juntados aos autos do processo administrativo as **Planilhas com justificativas acerca das pontuações atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica e a Ata correspondente a essa análise, em atendimento ao Parecer n° 121/2021/PGE-PCC (SEI/ABC - 001655393)**, que recomendou a reanálise dos pontos invocados nos recursos e a apresentação das justificativas necessárias à correta contabilização das notas.

Inconformada com o resultado da análise técnica acerca do recurso outrora interposto, a Recorrente Agência Nacional de Propaganda LTDA apresentou novo e extenso Recurso Administrativo em 16/04/2021 arguindo, em suma, os mesmos argumentos já apresentados anteriormente, a saber: quantidade de peças

² Disponível em: <https://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2021/03/ARQUIVO-ZIPADO.zip> e <https://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2021/04/Ata-e-Planilha.zip>

da Recorrida em número superior ao permitido pelo edital; existência de peça em língua inglesa; necessidade de reavaliação das notas atribuídas à Recorrida ou a si.

Ao fim de suas razões, a Recorrente requereu a desclassificação da proposta da Recorrida, ou, alternativamente, a seja zerada a pontuação do subquesto 3 (Ideia Criativa) da Recorrida PnA, ou, subsidiariamente, a redução das notas atribuídas à Recorrida PnA quanto aos Quesitos 1, 2, 3 e 4; ainda, requereu a revisão e majoração de suas próprias notas ou, no caso de indeferimento do seu recurso, o encaminhamento dos autos do processo administrativo ao Ministério Público Estadual, em clara ameaça à CEL.

Adiante, demonstram-se os motivos para manutenção do resultado do **juízo das propostas técnicas pela CEL**³, registrado na Ata da Segunda Sessão Pública do dia 21/01/2021⁴.

DO MÉRITO DA CONTRARRAZÕES

Motivos para negativa de provimento do recurso

Vejamos adiante, ponto-a-ponto, os motivos pelos quais **as razões de inconformismo da Recorrente não devem prosperar** e o seu recurso deve ser novamente julgado improcedente, mantendo-se hígido o resultado do certame e prosseguindo-se com a sua homologação. Adianta-se, por oportuno, que as razões do inconformismo da Recorrente são formalmente idênticas às razões já apresentadas anteriormente, motivo que condiciona a apresentação dessas contrarrazões em similar teor àquela já apresentada anteriormente.

Da ausência de violação à alínea ‘a’ do item 5.3.3.3 e às alíneas ‘a’ e ‘b’ do item 5.3.3.4 do Edital, e ao item 5.1.1 do Edital

Pois bem. Novamente, a Recorrente alega que a Recorrida PnA teria violado a alínea ‘a’ do item 5.3.3.3 e alíneas ‘a’ e ‘b’ do item 5.3.3.4 do Edital, e

³ Disponível em: <https://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2021/02/RECURSOS.zip>

⁴ Disponível em: <https://data.portal.sistemas.ro.gov.br/2021/01/ATA-PLANILHAS.pdf>

ao item 5.1.1 do Edital, porque teriam sido apresentadas 11 (onze) peças publicitárias para atender ao Subquesto 3 - Ideia Criativa, e, também, por ter apresentado vídeo com conteúdo em inglês, respectivamente.

Como já demonstrado, sobre as alegadas 11 peças publicitárias, **não prospera a alegação recursal**, pois a Recorrida PnA apresentou suas peças publicitárias consistentes em (1) anúncio de Facebook, (2) hotsite, (3) aplicativo de realidade aumentada, (4) cartaz, (5) máscara facial, (6) animatic teaser 15”, (7) animatic VT 60”, (8) outdoor, (9) aplicativo Tudo Pra Vc, e (10) monstro de jingle 60” e 120”.

O apontamento da Recorrente é de que o monstro de jingle de 60” e 120” seriam peças autônomas, **quando não são**.

O **Termo de Análise e Julgamento do Recurso Administrativo** (SEI/ABC - 0016431895) resume a manifestação da Subcomissão Técnica nesse tocante, que se manifestou nos seguintes termos:

“Os produtos citados como distintos foram analisados como um único item, tendo em vista que no Jingle em versões 60” e versão 120” a mensagem transmitida é a mesma. O produto de comunicação é o mesmo, de tal forma que os avaliadores somente observaram que se tratava do mesmo item e passaram para as próximas avaliações. O tempo do jingle não pesou positivamente para a nota que a subcomissão técnica lançou para os produtos de comunicação apresentados pela licitante. Não havendo nenhuma espécie de vantagem para a licitante.

Ainda quanto ao questionamento a subcomissão entende que as peças do jingle (60” e 120” apresentadas, se amolda como peça sequencial conforme item 5.3.3.4. alínea “c”, do edital, e por essa razão o entendimento é o de que se trata apenas de uma peça. Vejamos:

c) Uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única”

Não bastasse a justificativa acima, que já responde eficazmente o recurso apresentado, a Subcomissão Técnica apresentou planilhas com justificativas

pormenorizadas acerca de cada nota atribuída, em atendimento à recomendação da Procuradoria-Geral do Estado acerca da necessidade de justificativa das pontuações atribuídas. A Ata que sintetizou as planilhas explicita o seguinte:

“(...) Ocorre que esta Subcomissão analisou o referido questionamento, naquela oportunidade nos manifestamos no sentido de que o Jingle em versão 60” e versão 120” possui o mesmo produto de comunicação, com mensagem idêntica, o que não caracterizou nenhuma espécie de vantagem para a licitante.

Nesse ponto específico, informamos à autoridade julgadora que, já na primeira análise realizada por esta Subcomissão, houve manifestação no sentido de o Jingle em versão 60” e versão 120” transmitiu o mesmo produto de comunicação. A mensagem publicitária é idêntica. Não se vislumbrando nada que pudesse levar vantagem competitiva à licitante.

(...)

Ora autoridade julgadora, de forma INEQUÍVOCA, constata-se que o conteúdo publicitário é o mesmo. A mesma letra, a mesma melodia, soque em um, há a repetição da mensagem cantada. Isso não interferiu em nada para o cômputo da nota da licitante, a nota seria exatamente a mesma caso só fosse apresentada uma versão.

(...)

Esta subcomissão Técnica conforme justificado anteriormente julgou que as peças dos jingle (60” e 120”) apresentadas, se amolda como peça sequencial conforme item 5.3.3.4. Alínea “c” do Edital, e por essa razão o entendimento é o de que se trata apenas de uma peça.

(...)”

É evidente que o julgamento do recurso considerou os argumentos já ofertados pela Recorrente anteriormente para desconsiderar a hipótese de que os jingles apresentados se tratam de duas peças distintas.

Conforme já argumentado, **não são peças distintas** porque se trata de mensagem única, com mesma letra, melodia, vozes e ritmo, apenas com tamanho/duração distintos, ou seja, uma só peça, na forma descrita na **alínea “c” do item 5.3.3.4 do edital**. Destaca-se que, conceitualmente⁵, “monstro” pode ser definido como *“primeiro esboço do que será um spot ou jingle. Prova de estúdio”*, admitindo-se, por exemplo, que os jingles apresentados sejam veiculados em

⁵ Conforme Dicionário de Propaganda e Marketing disponível em:

http://www.portaldomarketing.com.br/Dicionario_de_Propaganda/M.htm . Acesso em 07/02/2021.

sequência sem prejuízo para a mensagem, eis que se trata de esboço da ideia de veicular aquela mensagem do jingle, seja em 60 ou em 120 segundos. Ademais, como ficou claro pela Subcomissão técnica, **por se tratar da mesma peça**, a Recorrida não foi avaliada com pontuação maior por isso.

Trata-se, enfim, de mensagem única, com mesma letra, melodia, vozes e ritmo, apenas com tamanho/duração distintos como já dito, ou seja, submetido a uma única avaliação, não interferindo no resultado da pontuação atribuída à Recorrida.

Ao seu turno, **quanto à reiteração da Recorrente de alegado desatendimento ao Edital quanto ao seu item 5.1.1**, acerca de peça denominada de “*animatic teaser 15*””, apresentada em língua inglesa, também não prospera a pretensão recursal.

O Termo de Análise e Julgamento do Recurso Administrativo (SEI/ABC - 0016431895) considerou o argumento da Subcomissão Técnica de que **a apresentação de vídeo narrado em língua inglesa não implicou em descumprimento das regras editalícias**. Nesse sentido, assim se manifestou a Subcomissão Técnica:

“Os componentes analisaram que: por mais que o briefing defina o público alvo, a sociedade geral, sem distinção de faixa etária, gênero e/ou classe social, prioritariamente alcançar os produtores rurais e o setor produtivo como um todo, no entanto, entre os objetivos do Executivo Estadual, de fortalecer a cidadania por meio da comunicação social consta: **Promover o estado de Rondônia no Brasil e no exterior**. Foi este item do edital que durante a avaliação da subcomissão técnica fez com que os avaliadores compreendessem como pertinente a utilização da narração em inglês, com o reforço de que é prioridade do Governo de Rondônia alcançar investidores para o Estado. Cabe destacar que o fato de o briefing indicar como prioridade o setor produtivo como um todo, o termo prioridade difere de exclusividade, nem tampouco somente a praça estado de Rondônia, tendo em vista que vários produtos de comunicação não apresentam filtro para alcance, como exemplo, o hot site, no qual as mídias podem ser veiculadas e assim, alcançar outros públicos e praças. Na avaliação de todos os componentes ficou evidente que a campanha atende o público prioritário.

Ante o exposto, em reanálise da Proposta Técnica da Licitante a Subcomissão Técnica não reconhece as razões recursais e RATIFICA a pontuação atribuída à licitante”

É evidente que o briefing que consta do Anexo I do Edital explicita que a comunicação social do Poder Executivo Estadual tem dentre os seus objetivos principais “promover o estado de Rondônia no Brasil e no exterior”, necessidade essa que também ficou evidenciada ao longo do briefing nos seus itens 2.3.2, 2.3.5, 2.3.7 e 3, além de constar intrinsecamente do item 4.2, que trata da tarefa da agência contratada, e que foi cumprido pela Recorrida.

De acordo com o que já se reportou nas contrarrazões anteriores, um vídeo em língua inglesa não se volta apenas para ações no exterior, mas também para apresentação e valorização do Estado em reuniões que ocorrerão aqui com a participação de autoridades e investidores estrangeiros, ou seja, atingirá o público alvo, que é a sociedade em geral (item 5 do briefing), e poderá ser veiculado em praça estadual, atendendo ao item 6 do briefing.

Inobstante isso, **todo o Plano de Comunicação está redigido em língua portuguesa**, de forma que a proposta de vídeo em língua inglesa se trata de recurso para solucionar a problemática imposta no briefing, de forma que não se desobedeceu organicamente aquilo que se previu e estabeleceu no instrumento licitatório, motivo que deve ser suficiente para julgar improcedente o recurso nesse tocante, mais uma vez.

É evidente, portanto, que a apresentação do vídeo com narrativa em língua inglesa não extrapolou os limites editalícios e cumpre com o desiderato do Plano de Comunicação que é de divulgar o Estado de Rondônia da maneira mais eficaz possível.

Das pontuações atribuídas às licitantes

Mais uma vez, a Recorrente discute a pontuação atribuída a si e à Recorrida, argumentado que sua pontuação deveria ser superior.

Novamente, destaca-se a incolumidade do processo avaliativo e a **ausência de quaisquer notícias de violação ao sigilo para avaliação** das propostas apresentadas nas vias não identificadas apresentadas pelos licitantes, o que implica que as pontuações atribuídas atenderam ao que dispõe a lei quanto ao invólucro 1 - Plano de Comunicação, porque correspondem àquilo que se colocou para avaliação da Subcomissão Técnica.

Em introito, destaca-se do Termo de Análise e Julgamento do Recurso Administrativo (SEI/ABC - 0016431895) que a formação da Subcomissão Técnica se dá de forma mista, por profissionais com e sem vínculo ao órgão responsável pela licitação, o que, no presente caso, se deu por três profissionais que detém alto nível de capacidade técnica para avaliar as propostas apresentadas ao Governo.

Assim, por óbvio, as avaliações técnicas aos quesitos 2, 3 e 4 do Edital se mostraram acertadas quanto às pontuações atribuídas.

Na oportunidade anterior, as contrarrazões apresentadas pela PnA dispuseram eficazmente sobre os motivos determinantes de sua pontuação frente à pontuação da Recorrente Nacional, como se reitera adiante.

Quanto ao Quesito 2 - Capacidade de Atendimento, a Recorrente alega que foi preterida em sua pontuação, o que não corresponde à realidade, sendo que já se demonstrou anteriormente os fatos que atestam a validade das notas atribuídas. Pela pertinência à manutenção do resultado avaliativo, reitera-se o argumento anterior:

1. A Recorrida PnA tem **40,91 % mais funcionários** que a Recorrente Nacional: são 31 profissionais da Recorrida frente a 22 profissionais da Recorrente.
2. A PnA tem esmagadora vantagem em profissionais na área digital: 7 x 1;
3. A Recorrente não tem equipe de TI/Desenvolvimento, enquanto a Recorrida tem 6 profissionais dessa área, que se tornou a mais relevante após o advento do digital e das redes sociais.

4. A PnA tem 1 profissional com mestrado, e a Nacional nenhum.
5. A PnA tem um profissional com 2 cursos de Comunicação, um na área de Publicidade e outro curso na área de Jornalismo, enquanto a Nacional não tem profissional essa qualificação.
6. A PnA tem 2 profissionais certificados pela Scrum Alliance, como Scrum Master, enquanto a Recorrente não tem.
7. A PnA tem 5 Profissionais com pós-graduação e a Nacional tem 4.
8. A PnA tem um profissional com 4 pós-graduações e nenhum profissional com essa qualificação acadêmica na equipe da Nacional.
9. A PnA apresentou assessoria jurídica à disposição do contrato e também assessoria contábil, enquanto a Nacional não apresentou.
10. A PnA tem 1 profissional formado na Escola de Belas Artes de São Paulo, uma das maiores referências dessa área no Brasil e na América do Sul, enquanto a Nacional não tem.
11. A Nacional apontou que alguns de seus profissionais ganharam prêmios, mas o Edital não prevê pontuação extra nesse tocante diante da subjetividade de premiações.

Não bastasse, quanto ao **subquesto 1 - Clientes, a Recorrida PnA apresentou quantidade maior** (9 clientes da Recorrida contra 8 clientes da Recorrente), o que denota sua maior capacidade em lidar com soluções diferentes aos diversos clientes que possui, ou seja, com maior capacidade em relação à Recorrente e valores de contratos comprovados no processo administrativo, destacando-se dentre os clientes da Recorrida os os maiores clientes públicos do Estado, como a prefeitura da Capital, Assembleia do Estado, e também instituições paraestatais, como o Sebrae, e também a Fiero, do Sistema S, veiculados em outras praças além do Estado de Rondônia.

Quanto ao **subquesto 5 - Informações de Marketing, a Recorrente listou institutos de pesquisa que não fazem pesquisa em Rondônia: Ibope** somente faz pesquisa em Porto Velho, para televisão; Rádio Planning, Media Workstation (MW), JoVE, Monitor Evolution, ComScore, Checking das Exibições e Publi Manager

não fazem pesquisas em Rondônia, ou seja, não tem validade técnica para a licitação, justificando a pontuação recebida.

Quanto à experiência da Recorrente e da Recorrida, avaliada no **Quesito 3 - Repertório**, a Recorrente argumenta que as peças que apresentou “*clientes de maior porte*”, o que sequer é critério avaliativo nesse quesito. O Edital, em seu item 5.7.2.3 trata dos critérios de julgamento das propostas técnicas quanto ao repertório e impõe a avaliação segundo a qualidade das peças e da solução publicitária oferecida ao cliente, o que a Recorrida demonstrou melhor.

Sem adentrar na validade das mensagens publicitárias em si, as campanhas apresentadas pela Recorrente não são originais ou inovadoras a ponto de merecer destaque ou maior repercussão em sua nota: tratar de violência contra a mulher, prevenção da dengue no Rio de Janeiro, promoção do isolamento social como combate ao coronavírus e férias (para o Ministério do Turismo!) **não revelam conteúdo que justifique a melhor pontuação. Tudo isso justifica a manutenção das pontuações atribuídas.**

Por outro lado, a Recorrida PnA apresentou, por exemplo, peças publicitárias inovadoras, que alcançaram os públicos-alvo e transmitiram as mensagens desejadas pelo cliente requisitante, como se lê no repertório apresentado.

Adicionalmente, pesa contra a Recorrente a falta de originalidade de sua campanha/Plano de Comunicação.

A proposta de solução de mídia apresentada pela Recorrente em seu plano de comunicação indica que tomou como ponto de partida o atual Planejamento Estratégico do Estado, nominado de “**UM NOVO NORTE, NOVOS CAMINHOS**”, para propor o conceito como “**UM NOVO NORTE, UMA RONDÔNIA MAIS FORTE**”.

Lê-se no hotsite do Governo Estadual⁶:

⁶ <http://www.rondonia.ro.gov.br/portal/plano-estrategico/>. Acesso em 07/02/2021.



Plano Estratégico - Governo do Estado de Rondônia

Um Novo Norte. Novos Caminhos

Olá Rondônia!

Apresento a vocês o planejamento que construímos para o Estado até 2023: O Plano Estratégico de Rondônia – Um Novo Norte. Novos Caminhos.

Foram ouvidas muitas vozes da sociedade. Técnicos e gestores engajaram-se neste trabalho identificando as estratégias que irão nos guiar para o alcance destes resultados na Saúde, Segurança, Educação e em todas nossas políticas públicas.

O momento em que vivemos aponta para um discurso com foco na realidade. Nosso compromisso busca respostas aos aportes dos contribuintes, a fim de criar bases para uma sociedade mais estabilizada e segura, com empenho para grandes legados que farão diferença ao rondoniense.

A partir das prioridades agora identificadas, incluímos todos os anseios possíveis no planejamento orçamentário, já de 2020, para conceder atenção especial a esse trajeto moldado por políticas públicas; baseadas em evidências, de respeito ao nosso passado e às nossas mais intrínsecas características e, principalmente, que respeitem e valorizem a nossa vocação.

As nossas ações primam pelo atendimento ao cidadão. Nesta visão, almejamos uma administração que garanta investimentos dos recursos públicos por meio de uma Saúde mais humana e acessível; uma Segurança mais presente e resolutiva; uma Educação que melhor prepare nossos estudantes para o ingresso nas universidades e para a vida; uma cidadania de inclusão produtiva; um desenvolvimento econômico que gere renda e assim estimule a produção e o empreendedorismo, junto a uma gestão ambiental comprometida com a sustentabilidade.

Todos esses caminhos têm em comum o objetivo de tornar Rondônia – referência para o Brasil em responsabilidade e planejamento para a construção das futuras gerações.

Nestas páginas suas vozes ecoam!

Muito obrigado Rondônia. Juntos vamos transformar este Estado em um lugar melhor para todos os nativos e adotados por esta terra.

OBSERVATORIO

FalaBR OUVIDORIA
MANIFESTE-SE AQUI

ATENDIMENTO 0800 647 7071

Serviços

Cidadão

Empresa

Intranet

Servidor Público

Palácio Rio Madeira

Atendimento ao público: das 7h30 às 13h30, de segunda a sexta-feira

Diário Oficial

Faça a sua MANIFESTAÇÃO

É inegável que a campanha publicitária apresentada não é inédita e carece de originalidade porque, quanto ao Plano de Comunicação Publicitária, o Edital prima no item 5.7.2.1.3 por **“originalidade da solução criativa”**, sendo que reter um conceito existente e replicá-lo não atende à exigência editalícia e não soluciona a problemática do edital.

Tal fato da ausência de originalidade mínima implicou, obviamente, na nota da Recorrente, que agora, por via transversa, objetiva revisão de sua nota, o que se mostra impossível após a abertura dos invólucros e identificação das licitantes.

Enfim, tem-se que as avaliações foram feitas de forma individualizadas, sendo que os documentos de avaliação estão assinados a próprio punho por cada integrante da subcomissão técnica, que denotaram na proposta da Recorrida maior validade técnica para a solução da missão do cliente, consistente em atender ao princípio da publicidade e ao direito da informação, difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

As planilhas com as justificativas para as notas atribuídas aos licitantes detêm validade ao exame da proporcionalidade das notas emitidas, contudo, não podem se erigir como substitutivo para aquela análise inicial. Ressalta-se que a pontuação obtida pelas licitantes anteriormente, sem a identificação das propostas, guarda identidade com a análise realizada naquele momento, sendo certo que qualquer alteração após a identificação das propostas feriria de morte o objetivo da licitação de impessoalidade na análise das soluções criativas de publicidade.

Reafirma-se que não há qualquer elemento trazido no recurso apresentado que possibilite à CEL a atribuição de nova pontuação às licitantes, sobretudo porque as campanhas já foram identificadas, dando por encerrada essa fase recursal, porque não conta dos autos qualquer ilegalidade a ser reparada.

Portanto, em que pese o “novo” arrazoado recursal, não se verifica a vinda aos autos qualquer prova ou indício de prova das alegações da Recorrente, que somente reitera os argumentos anteriores, já suficientemente rebatidos pela CEL e por sua Subcomissão Técnica.

Ressalta-se que as justificativas para as pontuações consignadas aos quesitos por ocasião do julgamento das propostas foram ofertadas por Subcomissão Técnica formada por profissionais capacitados para tanto, com atribuição técnica que se sobrepõe aos aspectos eminentemente jurídicos e objetivos que pontua a Recorrente: significa dizer que o escrutínio técnico do julgamento, acrescido das justificativas ofertadas após a manifestação da PGE, são suficientes para manter o resultado da licitação.

Nesse sentido, o Termo de Análise e Julgamento do Recurso Administrativo (SEI/ABC - 0016431895) esclareceu:

“Quanto aos demais quesitos levantados, a Subcomissão reavaliou os pontos suscitados pela recorrente, tendo ratificado a pontuação atribuída na planilha de julgamento, não vislumbrando motivos que ensejassem a revisão das notas lançadas.

Além de ratificar a avaliação anterior, no que se refere ao quesito 03, a Subcomissão registra que:

...o fato de a Licitante Agência Nacional ter apresentado peças no cenário nacional, não implica em maior qualidade do material, sendo que o fator relevante na avaliação das peças foi a inovação e criatividade das campanhas apresentadas”

Nesse sentido, subsidiados pela análise e julgamento da Subcomissão, a qual possui inquestionável expertise, esta Comissão julga pelo não provimento do recurso apresentado pela recorrente, mantendo-se o resultado proferido.”

Não bastasse tais argumentos, pondera-se inviável a nova atribuição de notas, para majorá-las ou diminuí-las, à qualquer das licitantes após a identificação das propostas, posto que feriria os princípios da legalidade, da impessoalidade e da moralidade, no mínimo.

Enfim, mais uma vez deve-se considerar a superação de todos as razões apresentadas pela Recorrente de acordo com a presente impugnação, que demonstra, em resumo:

1. A Recorrida não violou o edital e apresentou conceito inédito para solução da problemática trazida no briefing;
2. As notas atribuídas às licitantes são condizentes com os materiais apresentados à Subcomissão Técnica;
3. Houve violação do edital pela Recorrente, que não apresentou Plano de Comunicação Publicitária original;
4. As peças da Recorrida foram apresentadas em quantidade admitidas pelo edital e qualidade condizente com a necessidade do Governo;
5. Não há prova de favorecimento a qualquer licitante;
6. Não há prova de comprometimento da lisura do certame.

Assim, é impositiva a manutenção do resultado do julgamento das propostas pela Subcomissão Técnica, que se amparou na legislação e no instrumento convocatório e se reveste de robustos elementos técnicos.

DOS PEDIDOS

Diante de todo o exposto, requer a Vossa Excelência:

I - o conhecimento e processamento das presentes contrarrazões;

II - no mérito, seja negado provimento ao recurso apresentada pela Recorrente, quantos aos pedidos principal, alternativo e subsidiário, prosseguindo-se com a contratação, porque demonstrada na presente impugnação a inocorrência de violações ao edital aptas a ensejar a nulidade do certame, porque estão devidamente contrapostos todos os argumentos recursais.

Termos em que,
Pede deferimento.

Porto Velho/RO, 27 de abril de 2021.

Alexandre Camargo
Advogado - OAB/RO 704

Nelson Canedo Motta
Advogado - OAB/RO 2721

Zoil Magalhães
Advogado - OAB/RO 1619

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal OAB. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://oab.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/1D11-5FD1-662E-28E5> ou vá até o site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 1D11-5FD1-662E-28E5



Hash do Documento

97BC76CA88C56386DFE29F77FB92F5B89D19A64716A8672F85901454668DB20A

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 27/04/2021 é(são) :

- Cesar Henrique Longuini (Advogado) - 531.649.032-00 em
27/04/2021 18:07 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital

