


ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE GASPAR/SC

CONCORRÊNCIA nº 58/201

SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS  
DEPARTAMENTO DE COMPRAS

PROTOCOLO

Data 02/12/11 16:10 Horas

  
José Artur Beneditina  
Agente Serv. Esp. I

SINGULAR COMUNICAÇÃO LTDA, já qualificada no Processo Licitatório 58/201, vem respeitosamente, por seu representante legal, apresentar CONTRARRAZÕES em relação a recurso apresentado pela agência Metra Publicidade Ltda, que gaz nos termos abaixo:

### PRELIMINARMENTE

1. O teor do Recurso apresentado, especialmente quanto ao tema Plano de Comunicação Publicitária, tem manifesto na página 6, referencia explícita a linha de ação partidária, citando fonte de orientação de sigla partidária específica, no caso o Partido dos Trabalhadores.

É sabido que quando a publicidade dos atos governamentais extrapola os limites da permitida publicidade institucional oficial (CF, art. 37, § 1º), cause ou não lesão ao erário, em manifesta afronta ao princípio da impessoalidade e da moralidade, configura-se improbidade administrativa, nos termos da Lei n. 8.429/92.

2. Não obstante, como segunda preliminar, observa a falta de amparo jurídico e na legislação dos argumentos elencados no Recurso apresentado.

Assim, a empresa Metra em seu Recurso simplesmente requer a desclassificação da empresa Singular, sem mesmo indicar qualquer dispositivo que ensejaria a pretensa desclassificação, ou mesmo carece de indicação sobre qual a infração cometida para a pretensa desclassificação.

## Página 2

Quanto aos pontos obtidos na proposta técnica.

A Singular Comunicação também possui totais condições de atender aos anseios técnicos da licitante, conforme entendido pela própria comissão julgadora, tanto é que também ficou em primeiro lugar no certame, atendendo a todos os critérios relevantes para esta avaliação.

## Página 3

2 – Quanto aos pontos obtidos na Proposta Técnica.

Quanto às notas baixas atribuídas à Singular Comunicação no quesito Raciocínio Básico, a própria agência solicitou reavaliação com base nos critérios de julgamento, e apresentação do detalhamento dessa pontuação, em recurso protocolado junto ao Departamento de Licitações da Prefeitura de Gaspar.

A Singular Comunicação entende, com base nesses critérios de julgamento, que o cumprimento do briefing não depende do texto do Raciocínio Básico, que deve oferecer uma visão ampla e geral da administração, do município e da população, ao passo que a Estratégia de Comunicação e a Ideia Criativa, estes sim, devem se ater ao briefing e desenvolver argumentações específicas relativas ao objeto. Não há relação direta entre as pontuações atribuídas aos diferentes tópicos.

A proposta foi “esquemática” de acordo com o disposto no edital. A numeração a que se refere a recorrente segue sequência de tópicos do edital de licitação, e não das propostas das licitantes.

## Página 6

A Agência Metra invoca diretrizes partidárias que, segundo ela, deveriam embasar a campanha publicitária em questão. A Singular Comunicação entende que a

comunicação da Prefeitura de Gaspar, como de qualquer outra, deve prezar pela imparcialidade, sem tintas partidárias ou ideológicas, e sua comunicação deve atentar para questões comuns a todas as práticas da boa administração, exatamente como se pode apreender do briefing.

Pelo mesmo motivo, A Singular julga irrelevante e meramente opinativa a alusão que a Metra faz à campanha apresentada como “elitista”, pois as imagens utilizadas, frases, idéias e conceitos, além de embasadas nos textos que compõe a proposta técnica, são opções simbólicas que só cabem à licitante que as apresenta, e sua adequação ou não à prática da publicidade cabe única e exclusivamente à comissão julgadora, salvo quando são ofensivas, evidentemente inapropriadas ou inconvenientes. Certamente, não é o caso.

Quanto ao jargão “Não basta ser pai, tem que participar”, trata-se de uma mera referência rápida e ilustrativa a uma campanha notória, com o intuito de remeter à participação da população. A referência ao “pai moderno” também foi uma opção que considera um estilo novo de educar, comparativamente à velha educação, repressiva e ineficiente. Temos certeza que este pensamento está alinhado com os objetivos da administração, e não excluem outras formas de interpretação e nem diferentes manifestações, que podem facilmente ser contempladas em outras campanhas. Ademais, não se deve considerar estes comentários como cerne ou base fundante da campanha que, obviamente, é muito mais complexa em sua concepção (mas simples em seu resultado).

A agência Metra diz ainda que a Singular “destoa e muito do briefing”, citando arbitrariamente uma única frase da Estratégia de Comunicação como um suposto resumo da argumentação da concorrente. Uma leitura mais atenta de toda a proposta, e mesmo uma análise superficial da campanha apresentada, são suficientes para confirmar o cumprimento do que foi exigido pelo edital, no mesmo trecho citado pela Metra, e que reproduzimos novamente:

**“Desenvolver uma campanha publicitária simulada que comunique à população que as obras do PAI estão colocando em prática os anseios da comunidade na realização de obras e ações levantadas pelo orçamento participativo”**

## Página 7

Quanto à massificação da mensagem, sugerida pela Singular, entende-se que não entra em conflito com o objetivo citado de “realizar uma ampla cobertura dos públicos-alvo”. E mesmo que entrasse, também fica claro que a Prefeitura não pretende limitar as propostas, permitindo objetivos secundários. Quanto à falta de

coerência deste tópico com a ideia criativa, não há argumentos que inspirem a necessidade de uma defesa.

No questionamento feito diretamente à comissão, em destaque na página, verificar texto sublinhado no início deste documento.

Na rápida menção feita ao slogan da Singular Comunicação, no item Ideia Criativa, deve-se ressaltar que a observação da comissão foi justamente o motivo pelo qual a licitante não obteve nota máxima.

## **Página 8**

A Singular coaduna com a solicitação de revisão das notas do Raciocínio Básico, e para isso expôs embasamento nas leis que regem o processo licitatório. A Singular discorda das atribuições das demais notas, em parte por concordar com os resultados e em parte por abster-se de solicitar a revisão das notas da concorrente Metra. Conforme exposto acima, não há motivos claros para “despontuar” a Singular, e nem para “elevar as notas” da Metra, podendo ser entendido isso como um julgamento feito por uma licitante, papel que cabe única e exclusivamente à comissão julgadora, e sempre com base em critérios explícitos do edital de licitação, e não em opiniões ou critérios que não constem em tal documento.

A Singular discorda que a aplicação de parte da verba no fortalecimento da marca do programa, e o investimento na visibilidade da administração de Gaspar em âmbito regional seja “má distribuição de verba”. A Singular, entretanto, aceita a decisão da comissão de tirar pontos de sua proposta, por este mesmo motivo. Sendo assim, a solicitação da licitante Metra não procede, pois a despontuação requerida já ocorreu. Quanto aos demais argumentos, enfatizamos que foram cumpridos todos os itens do critério de julgamento, e a proposta final também contempla os objetivos do briefing.

## **Página 10**

Os cases histories estão referendados pelos respectivos clientes, conforme pode ser verificado na proposta publicada no site da Prefeitura de Gaspar. Nos envelopes não identificados, a ausência de assinatura se justifica pelo disposto no item 8.1 do Edital de Licitação, seguindo à risca sua determinação:

8.1 Considerando o disposto no subitem “1.1” deste Instrumento Convocatório, a Proposta Técnica deverá ser apresentada em 2 (duas) vias, em formato A4 (210x297mm), espaço 2 (dois), fonte tipográfica 11 (onze), sendo que uma via com a identificação da licitante e a outra via **sem qualquer marca, sinal ou palavra que**

**possibilite a identificação da proponente, sob pena de desclassificação** (art. 6º, inc. XII, da Lei nº 12.232/10) (...) (grifo nosso)

O item 8.1.3 não foi descumprido devido à sua própria natureza, sendo um envelope com conteúdo identificado e outro com conteúdo não identificado e sem marcas. Cabe aqui analisar com cuidado o significado da palavra “teor”, onde se diz: **“o teor deste envelope terá que ser obrigatoriamente o mesmo dos envelopes 1 e 2 (...)”**. Não há como serem idênticos.

As peças solicitadas no item 8.2.1.1 foram apresentadas pela Singular Comunicação e podem ser verificadas na proposta publicada no site da Prefeitura de Gaspar. Quanto à relevância dos clientes, ou a qualidade das peças, já foi julgada pela comissão, seguindo os critérios pré-estabelecidos, e que não foram questionados.

## **Página 11**

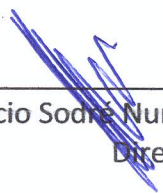
A citação final da Metra, de que possui experiência de 20 anos de mercado, 33 colaboradores diretos e clientes de projeção nacional não deve influenciar em nada na decisão da comissão, pois nenhum desses diferenciais consta no edital como critério para avaliação, da mesma forma que não influenciaram na pontuação da licitante.

Desta forma, REQUER, que seja desprovido o Recurso apresentado pela empresa Metra, por questão de justiça.

Nestes Termos

Pede deferimento

Indaial/Gaspar 07 de dezembro de 2011

  
Márcio Sodré Nunes  
Diretor