

ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE.

Ref. **CONCORRÊNCIA POR MELHOR TÉCNICA N°. 001/2023 – CPL/ALEAC**

PWS Publicidade & Propaganda Ltda., pessoa jurídica já qualificada no decorrer deste processo licitatório, neste ato representada por seu sócio, o Sr. **RODRIGO SEVERIANO PIRES**, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no que estabelece o § 3º do art. 109 da Lei 8.666/93, bem como no que estabelece a Lei 12.232/10, apresentar, tempestivamente, **IMPUGNAÇÃO (contrarrazões de recurso)** ao recurso administrativo interposto pela empresa **Nine Serviços de Publicidade Ltda.** o que faz com base na fundamentação fática e legal aduzidas, requerendo ao final o que segue:

I – TEMPESTIVIDADE

1. A licitante Nine Serviços de Publicidade Ltda interpôs recurso em face do julgamento proferido pela Comissão de Licitação, com base no julgamento proferido pela Subcomissão Técnica relativamente à Proposta Técnica.
2. Aberta vista para que a ora impugnante se manifestasse em data de 29.04.2024 verifica-se que a apresentação destas contrarrazões (Impugnação) nesta data, atende integralmente às disposições legais quanto ao artigo 109 da Lei 8.666/94.

II – RAZÕES DE RECURSO FORMULADOS PELA LICITANTE NINE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA.

3. A referida recorrente Nine Serviços de Publicidade Ltda, doravante denominada apenas como Nine, interpôs seu recurso pretendendo ou a anulação do certame ou a revisão de suas notas, para maior e a redução das notas aplicadas a ora Recorrida, argumentando, em síntese:

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:949072502
15

Assinado de forma digital
por RODRIGO SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:02:13 -05'00'

- a) A Subcomissão Técnica deixou de cumprir o edital ao não apresentar justificativas técnicas apresentadas por cada um de seus membros e para cada um dos subquesitos que compõem o Quesito Plano de Comunicação (Plano de Comunicação contendo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e de Não Mídia), malgrado o edital assim disponha, descumprindo os artigos 11, parágrafo 4º, incisos III, IV, V e VI da Lei 12.232/201 e, em consequência, descumprindo também os princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da legalidade.
- b) Em relação à pontuação aplicada pela Subcomissão Técnica ao Plano de Comunicação formulado por esta recorrida – PWS Publicidade e Propaganda Ltda. – os julgadores Jairo e Andressa teriam cometido falha ao pontuar 04 (quatro) itens do subquesito Raciocínio Básico apresentado pela PWS, malgrado esse subquesito contenha apenas 03 (três) itens. Com esse erro, a Subcomissão Técnica pontuou a PWS, no Raciocínio Básico, em 07 pontos a mais do que deveria ter ocorrido, pelo que pleiteia a Nine a redução dessa pontuação desta impugnante e recorrida, em sete pontos.
- c) No subquesito Estratégia de Comunicação, a Nine critica a apresentada pela PWS, afirmando que esta carece de inovação, priorizando indevidamente a mídia offline em detrimento das plataformas on-line. Alega que a Nine apresenta uma estratégia mais abrangente e atualizada em comparação à apresenta PWS.
- d) No subquesito Ideia Criativa, alega a Nine que a sua é melhor desenvolvida que a da PWS porque o (i) alinhamento com a estratégia de comunicação é evidente em todas as peças criativas; (ii) o desafio e os objetivos de comunicação são mais claros; (iii) as peças são adequadas ao perfil dos segmentos de público; (iv) A compatibilidade das peças com os meios; (v) a Originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis são destacadas; (vi) a clareza e precisão das mensagens são evidentes e os elemento propostos é garantida dentro da verba referencial para investimento. Outrossim, segundo a Nine, a Ideia Criativa elaborada pela PWS é deficiente em relação à inovação e ao cumprimento dos requisitos do briefing. Assim, comparando as propostas da Nine e da PWS, a desta última mas tradicional e menos inovadora. Alega a Nine que a Subcomissão Técnica foi parcial ao avaliar e pontuar melhor a PWS em comparação com a Nine, pleiteando a reavaliação, a maior, das pontuações atribuídas a ela Nine e a redução das pontuações aplicadas à PWS.
- e) Quanto à Estratégia de Mídia, a Nine alega que relacionou as mídias recomendadas e os fundamentos para sua utilização, atendendo o briefing e pede a reavaliação, a maior, de suas notas e a redução das aplicadas à PWS. Por fim, requer: a anulação do certame pela falta de justificativas da Subcomissão Técnica e a reavaliação das notas, a maior, para ela própria Nine e a redução das aplicadas à PWS.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907
250215

Assinado de forma
digital por RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:03:01 -05'00'

III – DO EVIDENTE E NECESSÁRIO IMPROVIMENTO DO RECURSO INTERPOSTO POR NINE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA.

4. O recurso interposto pela licitante Nine Serviços de Publicidade Ltda. deve ser rejeitado integralmente.

5. Primeiramente, quanto à alegação de nulidade do certame pela suposta falta de justificção das pontuações aplicadas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas das licitantes, constata-se, desde logo, ser de evidente improcedência.

6. Com efeito. Como é cediço e facilmente constatável, o edital foi bastante claro ao estabelecer os critérios de avaliação, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas, seja relativamente ao Plano de Comunicação Via Não Identificada (composto de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e de Não Mídia), assim como dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com o detalhamento de cada um dos itens que compõem os citados Subquesitos. Esse detalhamento é a forma com que os editais estabelecem como as **Propostas Técnicas** devem ser apresentadas pelas licitantes e como os membros da **Subcomissão Técnica** devem **avaliar, julgar e pontuar tais propostas**. Basta atentar que a Subcomissão Técnica (que nos termos da lei 12.232/2010) tem absoluta autonomia em relação ao exame técnico publicitário.

7. Como se verifica da avaliação e julgamento apresentados pelos membros da Subcomissão Técnica, levando-se em consideração exatamente tais critérios que os membros da citada subcomissão pontuaram cada uma das propostas. Destaca-se que a citada recorrente – Nine Serviços de Publicidade Lda. – sequer atingiu a pontuação mínima (75 pontos) para ser classificada, demonstrando falta de capacitação técnica para continuar no certame. E suas pontuações reduzidas, aplicadas pela Subcomissão Técnica, demonstraram exatamente o cuidado com que os julgadores avaliaram, julgaram e pontuaram a proposta da Nine, a qual demonstrou inapetência e incompetência para a qualidade técnica.

8. Essa recorrente, agora em grau de recurso, tenta jogar, sem sucesso, a responsabilidade da sua incompetência e falta de qualificação técnica, à Subcomissão, imputando-lhe, de forma maliciosa e denegritória, parcialidade no julgamento.

9. A Nine apresenta uma série de argumentos, com evidente interpretação personalíssima e subjetiva a respeito do desenvolvimento dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e de Não Mídia apresentados tanto por ela, como por esta impugnante, pretendendo a revisão das notas de ambas (obviamente, sempre pretendendo a redução das notas aplicadas à PWS, como pelo aumento das aplicadas a ela, Nine), como também pretende a desclassificação desta agência ora impugnante.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:9490725
0215

Assinado de forma
digital por RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:03:24 -05'00'

Cumpra destacar que a Subcomissão Técnica atendeu rigorosamente o edital, quanto à avaliação, julgamento e pontuação das notas de todas as licitantes, atendendo rigorosamente os critérios de avaliação estabelecidos pelo edital, em cada quesito ou subquesito.

Acresce dizer, também, que os membros que compõem a Subcomissão Técnica tiveram seus nomes e currículos devidamente divulgados, atendendo às disposições da lei 12.232/2010, a fim de que, se houvesse fundamento legal, pudessem ser impugnados por quem quer que seja, inclusive quanto à sua capacitação técnica.

Nenhuma impugnação foi apresentada, o que demonstra que não houve dúvidas quanto à idoneidade pessoal e profissional de todos os profissionais relacionados, assim como dos que foram sorteados, os quais, aliás, se mostraram competentes no julgamento do Plano de Comunicação formulado pelos licitantes.

Como se vê, entretanto, do recurso interposto pela licitante Nine - uma vez que esta foi desclassificada por sequer atingir a pontuação mínima exigida pelo edital - investe não só contra a licitante classificada nesta fase (PWS), imputando-se-lhe erro no atendimento às disposições do edital, em cotejo como a auto exaltação da referida agência Nine, como também em crítica ácida à atuação da Subcomissão Técnica.

A simples leitura do recurso interposto pela Nine demonstra que esta não aceita que a outra licitante possa ter apresentado proposta técnica que foi melhor julgada e classificada.

Como já se viu acima, em primeiro lugar, a Nine procura induzir essa Comissão de Licitação e a Autoridade Superior, a erro, com alegações de evidente impropriedades técnicas e jurídicas, acima já respondidas e argumentos evidentemente subjetivos.

Não satisfeita, pretende alternativamente a anulação do certame e ou a redução de notas aplicadas a esta licitante classificada, mediante revisão das Propostas Técnicas das licitantes, tanto da Nine – já desclassificada – como da ora impugnante, ambas adequadamente avaliadas, julgadas e pontuadas pela Subcomissão Técnica, julgamentos esses, portanto, que devem ser mantidos por essa Comissão de Licitação e pela Autoridade Superior.

De pronto verifica-se que – tal como se constata nas demais alegações da Nine em seu longo – seus argumentos são altamente subjetivos e não invalidam o julgamento proferido pela Subcomissão Técnica, seja das Propostas Técnicas dela – Nine – seja das apresentadas pela ora impugnante.

Nenhuma razão assiste à citada Recorrente.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:949072
50215

Assinado de forma
digital por RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:04:03 -05'00'

A PWS desenvolveu seu Raciocínio Básico, atendendo rigorosamente as disposições do edital, com os diagnósticos das necessidades de comunicação da Assembleia Legislativa do Acre, com a atenção principal do objeto da licitação, notadamente sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

A crítica da Nine a respeito do desenvolvimento do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e de Não Mídia formulados pela PWS não encontra respaldo no edital.

Os argumentos apresentados de forma professoral e pedante pela Nine é repetido em toda a sua peroração de auto exaltação, de auto afirmação de excelência como agência, na malsinada tentativa de demonstrar uma competência e qualidade técnica inexistente, tanto assim que foi desclassificada por não atingir pontuação mínima.

O que deve ser destacado é que o item de relevo a ser observado é a avaliação da **aderência do julgamento das propostas aos critérios estabelecidos no edital, e isso foi integralmente atendido pela Subcomissão Técnica**. A pontuação aplicada pelos ilustres componentes da Subcomissão Técnica e as justificações apresentadas individualmente por cada um de seus membros, demonstra a correta avaliação, de forma e conteúdo, pelos referidos profissionais, em relação às propostas técnicas de cada uma das licitantes.

Portanto, há demonstração de que as **justificativas/motivações para as pontuações** aplicadas pela Subcomissão Técnica, adotando estritamente os **critérios prévia e detalhadamente estabelecidos pelo edital**, mediante a aplicação da checagem de itens para a avaliação técnica, foi utilizada, o que implica na evidente improcedência das argumentações por parte da citada Recorrente.

10. A Nine também alega inconsistências na avaliação da Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa apresentada pela PWS e pretende que seja realizada uma revisão da avaliação feita pela Subcomissão Técnica, mediante comparação entre as propostas das duas agências nesses subitens, para que seja declarada que esta impugnante não atendeu aos requisitos estabelecidos pelo Edital e que, portanto, deve ter sua pontuação reduzida.

Ora, mais uma vez a citada recorrente pretende, indevidamente, que seja a SUA interpretação pessoal a respeito que deva prevalecer sobre as propostas formuladas pela outra licitante – a PWS.

Entendemos que a maior parte dos **argumentos da nossa concorrente** estão no âmbito do gosto pessoal, da **avaliação subjetiva das peças**. Nesse sentido, é compreensível que ela tenha a percepção de que a nossa campanha carece de originalidade e criatividade.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907
250215

Assinado de forma
digital por RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:04:33 -05'00'

Mas é fundamental lembrarmos que se trata de um processo licitatório que visa atender as necessidades de comunicação de um órgão que prima pela publicidade de utilidade pública. Não se trata de uma avaliação que, especialmente nós publicitários, estamos acostumados a encontrar em festivais de publicidade, em que prima-se pela sacada criatividade, muitas vezes acima até do resultado efetivo da campanha.

A Nine argumenta que "há um claro clichê na composição, comum em todos os sites que oferecem modelos prontos: texto à esquerda e pessoa sorrindo à direita". Claramente, a licitante não se atentou que o elemento gráfico do balão de troca de mensagens não só faz parte da composição, como é um elemento fundamental para a identidade visual da campanha. Ainda assim, o argumento do "clichê na composição" mais uma vez demonstra uma avaliação subjetiva por parte da licitante. E há que se respeitar a sua avaliação, embora não concordemos. Uma **avaliação mais objetiva** revela que o padrão de texto à esquerda, imagem à direita e assinatura no canto inferior direito é um padrão mais que validado de **hierarquia da informação**. A leitura é feita de cima para baixo, da esquerda para a direita. É baseado nesse argumento objetivo que a PWS e diversas outras grandes agências de publicidade se utilizam dessa estratégia em **campanhas governamentais**, onde a mensagem deve ser transmitida com **clareza e objetividade**.

Ainda assim, um ponto primordial parece ter sido esquecido pela licitante concorrente. A campanha aqui apresentada é um exercício criativo para dar à comissão de licitação os melhores argumentos para a escolha de uma proposta vencedora. Há que se ressaltar o **item 8.3.3.3.5. do edital**, quando são esclarecidos **critérios objetivos para a apresentação da Ideia Criativa**. Vejamos o que diz o edital em seu item referido:

"8.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação".

Fica claro que a licitante se utiliza de argumentos que não podem ser validados, uma vez que ela traz à tona a qualidade das imagens apresentadas na campanha. Toda e qualquer imagem utilizada neste momento do certame, trata-se apenas de "referências" das propostas a serem produzidas.

Cabendo ainda ressaltar que não concordamos em nada com a avaliação da licitante, pois temos a convicção de que a proposta apresentada reflete sim a população Acreana, assim como os cenários reais utilizados nas peças gráficas. Mas ainda assim, respeitamos a avaliação subjetiva que a licitante fez da nossa campanha. Porém, não é isso que está em questão, nesse momento.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215

Assinado de forma
digital por RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:04:55 -05'00'

A formulação da Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa apresentada pela PWS atende integralmente as disposições do edital e do briefing, tanto assim é que a Subcomissão Técnica, pessoalmente por cada um dos três julgadores, ao pontuá-la nesse subquesto, justificou objetivamente a nota aplicada, a qual deve ser mantida.

11 - Ataca a Nine a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela PWS, sob o fundamento de que tal estratégia foi inadequada e frágil, pois teria considerada em especial a comunicação através de mídia tradicional. Alega que tal mídia deixa de dar completa eficiência à sua campanha. Outro importante ponto é que a nossa concorrente cita que a proposta por nós apresentada "prioriza predominantemente as mídias offline em detrimento das plataformas online".

Uma leitura mais aprofundada da estratégia de comunicação e da estratégia de mídia talvez tirasse essa percepção. Mas ainda assim, é importante entender a realidade da região. Uma matéria do portal globo.com de 21 de setembro de 2022 traz a informação de que "cerca de 170 mil pessoas no Acre não usaram a internet em 2021, aponta IBGE. Segundo a Pnad Contínua, o motivo mais citado pelas pessoas que não acessaram a internet foi o preço alto do serviço ou não estar disponível nos locais onde frequenta". Esse desafio enfrentado pelo estado fez com que quase 25% da população acima de 10 anos não tenha utilizado a internet naquele ano. Embora os esforços das diversas esferas governamentais sejam sempre visando mudar essa realidade, é preciso entender que os meios de comunicação de massa mais tradicionais ainda exercem um papel fundamental na disseminação da informação com capilaridade necessária para a ALEAC. Fica claro na proposta da PWS que os **meios digitais** são de fundamental importância e estão **contemplados durante todo o período da campanha**, e não somente em uma peça de reels de 15", como a Nine afirma, demonstrando mais uma vez que não se aprofundou na leitura da proposta da PWS. Quanto ao gasto da verba toda, essa alegação da Nine demonstra desconhecimento da Nine. Se a verba foi estabelecida no briefing, as licitantes deverão despendê-la integralmente, para dar ampla divulgação da campanha simulada. O edital não pretende que se faça "economia" não gastando a verba toda e sim que a verba seja **bem e corretamente** aplicada na produção e veiculação da campanha.

Ora, a Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela PWS não exclui outras mídias, tal como pode se constatar pela simples leitura desse documento. Entretanto, é inegável que a comunicação realizada através das mídias tradicionais, sem perder a importância da digital, é de vital importância na comunicação aos municípios. Essa importância, inclusive, foi reconhecida pela Subcomissão Técnica, ao avaliar as propostas das licitantes, como se pode constatar nas planilhas de avaliação e julgamento. Assim sendo, também esse argumento da Nine deve ser rejeitado por essa Comissão de Licitação e pela Autoridade Superior.

RODRIGO
SEVERIANO
PIRES:9490725021
5

Assinado de forma digital
por RODRIGO SEVERIANO
PIRES:94907250215
Dados: 2024.05.06
08:05:16 -05'00'

IV - DOS REQUERIMENTOS

Diante de tais fatos, bem como em respeito ao que prevê o Edital da Concorrência e também a legislação vigente aplicável ao caso, requer-se:

- a) Que o Recurso Administrativo interposto pela empresa **Nine Serviços de Publicidade Ltda** seja **JULGADO IMPROCEDENTE**, prosseguindo-se a licitação em seus ulteriores termos;
- b) Que, em sendo outro o entendimento dos Senhores Membros desta CPL, sejam os recursos e contrarrazões encaminhados à autoridade superior para análise e julgamento dos mesmos.

Nestes termos,

Pede deferimento.

Rio Branco - AC, 03 de maio de 2024.

PWS Publicidade & Propaganda Ltda

CNPJ 21.722.644/0001-63

Rodrigo Severiano Pires

Sócio Administrador

CPF 949.072.502-15

RODRIGO
SEVERIANO

PIRES:949072
50215

Assinado de forma digital por
RODRIGO SEVERIANO
PIRES:94907250215

Dados: 2024.05.06 08:05:48 -05'00'