



FCS Comunicação S/A
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110
Ribeirão da Ponte . 78040-585
Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

**Excelentíssimo Senhor Prefeito do Município de Sorriso/MT
Ilustríssimo(a) Senhor(a) Presidente e demais Membros
da Comissão Permanente de Licitação**

Ref.: Concorrência nº 002/2021

A **FCS COMUNICAÇÃO S/A**, empresa licitante já qualificada no Processo relativo à Concorrência nº 002/2021, destinado à *“CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE, REFERENTE AOS OS SERVIÇOS DE CRIAÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS PROGRAMAS E AÇÕES DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL, NOS TERMOS PREVISTOS NA LEI FEDERAL Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010”*, em atenção às razões recursais apresentadas nos autos em epígrafe, vem tempestivamente, apresentar as **RAZÕES DE CONTRARRECURSO**, alegando o que segue:

I - BREVE SÍNTESE

A Prefeitura Municipal de Sorriso, no dia 12 de julho de 2021, realizou a sessão para recebimento dos envelopes atinentes à Concorrência nº 002/2021, no intuito de selecionar a empresa para as realizações de serviços de Agência de Publicidade.

Em 06 de agosto próximo passado fora realizada a segunda sessão do certame em epígrafe, sendo informado aos participantes a decisão tomada por essa renomada Equipe Licitatória, momento em que, transcorrendo-se os prazos editalícios, foram apresentadas as razões recursais das empresas DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR, MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, M. VITORINO DA SILVA-ME e W M COMUNICAÇÃO LTDA, onde em alguns pontos as recorrentes atacam esta contrarrecorrente, que em atenção aos Princípios da Ampla Defesa e do Contraditório, vem apresentar as presentes razões.

É a síntese necessária ao pleito no presente momento.



II - DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente, todo recurso exige pré-requisitos para o seu conhecimento, in casu, a tempestividade.

Nessa esteira de entendimento, colhe-se os ensinamentos de MARÇAL JUSTEN FILHO (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 9ª ed., Ed. Dialética, São Paulo, 2002, p. 590), no sentido de que:

“O cabimento do recurso administrativo sujeita-se à presença de determinados pressupostos. Sem esses pressupostos, nem se chega a apreciar o mérito da questão. A existência de pressupostos recursais retrata a vedação legal ao exercício meramente arbitrário da faculdade de impugnar atos administrativos. Trata-se de evitar desperdício de tempo e de energia na apreciação da insatisfação do particular. Os pressupostos recursais são requisitos que todo recurso deve apresentar sob pena de não ser conhecido - vale dizer, não ser efetivada a revisão do ato administrativo impugnado”.

No instrumento convocatório da concorrência em epígrafe, restou clara a seguinte previsão, não cabendo a qualquer licitante alegar desconhecimento:

“13.2.2. Todos os recursos cabíveis, em conformidade com a Lei Federal 8666/93, com suas alterações, deverão ser endereçados à Comissão Permanente de Licitações, protocolizados no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da intimação da decisão da qual se recorre”.

Nessa ótica, considerando que em 30 de agosto de 2021 (segunda-feira) apresentamos a intenção de apresentar as razões de contrarrecurso, considerando que a Lei Federal nº 8.666/93, em especial o seu artigo 110, temos que *“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”*, bem como as regras do mesmo artigo, porém em seu parágrafo único, onde é relatado que



“só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade”, constata-se que as razões de contra-razões dever-se-ão ser protocoladas até o dia 6 de setembro de 2021, caso não haja a emenda com o feriado nacional para Comemoração da Independência do Brasil, momento em que o prazo final será no dia 08 de setembro de 2021.

Nesse diapasão, por restar flagrante e manifestamente tempestivo o presente apelo, requer que se digne, o conhecimento desta exordial.

III - RAZÕES DE CONTRARRECURSO

A priori, cumpre-nos destacar que toda e qualquer menção à ataques à empresa FCS COMUNICAÇÃO S/A será, no presente instrumento, rechaçada de forma a elidir ao que fora ventilado nas razões recursais, momento em que não teceremos qualquer consideração a respeito do alegado pelas empresas quanto do ataque vil à Comissão de Licitação, que apenas e tão somente seguiu fielmente todos os parâmetros editalícios.

Frise-se que o próprio edital relata que “*É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93*”, o que se vê em algumas das alegações trazidas em sede de Recurso.

III.1 - LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR

A Recorrente apresentou as seguintes alegações:



I. Consta nos apontamentos da Ata de abertura da Licitação de 12/07/2021, especificamente nos anexos escritos de próprio punho, que a Campanha "Sorriso com os olhos no futuro", cuja autoria é da licitante FCS Comunicação S/A, não apresentou numeração de páginas nas peças da Ideia criativa, ou seja, a única licitante que teve a sua proposta classificada não atendeu o mesmo dispositivo (item 3.10 do Edital) que supostamente a Recorrente foi penalizada.

Das alegações da Recorrente viu-se que foram embasada em uma anotação à punho anexado à Ata da Sessão Licitatória, em suma, o representante da Empresa sequer teve o cuidado de ir verificar os documentos apresentados pela Contrarrecorrente, documentos estes enviados por e-mail para todas as empresas participantes.

Da simples leitura, verifica-se que quem executou a anotação no anexo da Ata se equivocou quando relatou que as peças apresentadas não estavam com as páginas enumeradas, aqui, do simples cotejo do que se encontra autuado, esta Nobre Comissão poderá verificar que não prospera a alegação da Recorrente, uma vez que as peças foram devidamente numeradas.

Adiante, relata que:

II. Destaca-se ainda, uma grave situação deixada de ser observada pela Comissão Técnica, que de imediato fere o princípio da vinculação do instrumento convocatório e isonomia, no que se diz respeito novamente a proposta técnica da única Licitante classificada, a FCS Comunicação S/A. A licitante não apresentou os Mapas de mídia, que são responsáveis pela Simulação de plano de distribuição das peças da campanha, quesito este obrigatório e desclassificatório do edital.

Em atenção ao Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, buscamos no edital que deu azo à presente licitação qualquer menção à exigência da apresentação de Mapa de Mídia, contudo nos deparamos, exclusivamente, com a obrigatoriedade da apresentação de apenas e tão somente a "simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária", ou seja, em suas razões a Recorrente inovou em exigir algo que inexistente no Edital.



Aliás, a Contrarrecorrente apresentou, na integralidade, ao exigido no edital, senão vejamos os dizeres da Recorrente:

II.a) A licitante apresentou apenas resumos (página 11 e 12), ou seja, informações que não simulam a distribuição das peças, visto que não apresentou os seguintes quesitos obrigatórios:

Ou seja, a própria Recorrente informa que a agora Contrarrecorrente atendeu na integralidade o Edital, ao passo que não cabe qualquer guarida às suas alegações.

Assim sendo, o que fora relatado pela empresa LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR (Genius Publicidade) não merece ser conhecido, em especial ao que a mesma ataca a proposta da empresa FCS COMUNICAÇÃO S/A, momento em que, novamente, relatamos que não fizemos consideração aos ataques proferidos à condução do certame por esta Comissão de Licitação.

III.2 - MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

Um ponto verificado nos recursos, o qual fora repetido por esta Recorrente, merece comentários desta Contrarrecorrente, senão vejamos:

Além de todos os motivos expostos acima, há que considerar, ainda, a classificação de apenas uma licitante no certame. Sendo o edital uma concorrência de técnica e preço, entendemos que o processo está totalmente fracassado, uma vez que, não há como se comparar nem a melhor proposta de campanha e, tão pouco, optar pelo menor preço tendo, em vista que restou apenas uma empresa habilitada.

Aqui parece-nos haver um erro de interpretação de não só da empresa Mercatto, bem como de outros Recorrentes, que insistentemente tentam imputar de vícios ao processo dada a situação em que os autos se encontram.

A nota alcançada pela Contrarrecorrente foi fruto do atendimento retilíneo do exigido no edital, bem como à apresentação da melhor campanha com base no briefing apresentado.



Jogar por terra a excelente proposta apresentada pela FCS, bem como tentar amoldar à consequência das notas não alcançadas pelas demais a uma possível quebra do Princípio da Isonomia, chega a ser fantasioso.

A Isonomia foi lididamente atendida quando esta Comissão de Licitação desclassificou os que não apresentaram as propostas em consonância ao edital apresentado!

Assim sendo, as alegações veladas à empresa FCS COMUNICAÇÃO S/A por parte da empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA não devem prosperar, momento em que, mais uma vez, relatamos que não foi feita qualquer consideração aos ataques proferidos à condução do certame por esta Comissão de Licitação.

III.3 - M. VITORINO DA SILVA-ME

Das alegações apresentados pela Recorrente, verifica-se que a mesma também relata sobre a não apresentação de Mapa de Mídia, contudo tal alegação é infrutífera, como já ora relatado na defesa do ataque da Recorrente anterior. Vejamos o que a mesma alega:

A primeira colocada não apresentou pesquisa local, nem tabela de preços dos veículos e nem os mapas de mídia, ferramentas essenciais para sustentar a estratégia apresentada. Sem essas ferramentas, não há confiabilidade na proposta, a qual também não permite avaliar a economicidade na aplicação dos recursos públicos.

A falta da pesquisa local impede a correta descoberta do público-alvo. É falta grave, que não se admite nem na iniciativa privada, quanto mais na Administração. A pesquisa local é da essência do negócio. E sua exigência está contida no artigo 18, § 2º, parte final, Lei 12.232/2010 (negritamos e sublinhamos):

Aqui, a Recorrente tentou trazer outro ponto à baila, na vã tentativa de fazer desconsiderar a proposta da Contrarrecorrente, tentando iludir essa Nobre Comissão, relatando que não fora atendido na integralidade o exigido no instrumento convocatório.

Foram realizadas todas as medidas pertinentes para a demonstração fática do uso do valor disposto para a campanha, conforme o demonstrado no briefing, anexo I do edital da Concorrência nº 002/2021, tanto que a Subcomissão Técnica imputou a nota levando em consideração o que fora apresentado, assim, parece-nos que o



FCS Comunicação S/A
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110
Ribeirão da Ponte . 78040-585
Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

Recurso impetrado pela Recorrente tem o único intuito de tentar atrapalhar os excelentes trabalhos realizados por essa Comissão.

Não suficiente, alegou que:

Como se observa por seu resumo, a FCS, está propondo pagar R\$ 33.072,00 (trinta e três mil e setenta e dois reais) por apenas 04 (quatro) inserções de jornal. O que dá um custo de R\$ 8.268,00 (oito mil, duzentos e sessenta reais) por inserção. E não se sabe se é para página inteira ou meia página.

NÃO HÁ, EM SORRISO, JORNAL QUE TENHA ESSE PREÇO DE INSERÇÃO. Conforme a tabela de preços juntada à folha 57 (Envelope "1"), por esta Recorrente, MB, o valor de anúncio de página inteira colorida no único jornal local, Folha do Cerrado, custa R\$ 4.560,00 (quatro mil, quinhentos e sessenta reais):

Vejam, nobres julgadores, o intuito é claro de tentar enganar, de forma escandalosa, o julgamento. Existe apenas e tão somente o meio que ela apresentou para a divulgação? Por óbvio que não.

A Contrarrecorrente usou os meios exigidos no edital para a apresentação de sua proposta, e não há qualquer outra determinação editalícia para a apresentação de forma diversa, ao passo que questionamos: pode uma licitante ser punida por atender na integralidade e literalidade a regra do edital? Pode esta Comissão ferir o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório para desclassificar essa empresa que atendeu ao edital? A resposta é, obviamente, não!

Ademais, a alegação de que a não demonstração pormenorizada da tabela poderia estar ferindo o erário é uma demonstração do quão baixa é a tentativa de ludibriar essa Comissão. É cediço que a demonstração em procedimento licitatório é apenas um parâmetro do que se almeja, o que não será necessariamente aplicado na execução contratual, onde a futura contratada deverá demonstrar, item a item, o que está sendo realizado. Tentar trazer essa necessidade da execução para o procedimento licitatório que **NÃO EXIGE TAL FORMA** é totalmente absurda.

Não suficiente a Recorrente alega que:

O valor proposto pela FCS para jornal também se verifica absurdo por consumir 13,21% da verba de sua campanha, enquanto, conforme a pesquisa apresentada por esta Recorrente, MB (fl. 26), o público de mídia impressa na praça de Sorriso está em apenas 2%. Vide quadro abaixo.



FCS Comunicação S/A
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110
Ribeirão da Ponte . 78040-585
Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

O edital era cristalino em afirmar que cada licitante deveria apresentar a sua melhor forma de desenvolvimento da campanha fictícia do briefing, assim sendo a Contrarrecorrente apresentou a sua estratégia, que fora analisada pela Subcomissão, sendo por ela julgada e aceita.

Não suficiente a Recorrente trouxe o que se segue:

Como se sabe, a rádio Jovem FM é emissora do tipo Rádio Comunitária³, a qual não pode receber mídia da Administração Pública via agência de publicidade. A possibilidade seria apenas por meio de convênio direto, e ainda assim com a devida previsão orçamentária específica, como chegou a avertar o Tribunal de Contas⁴ (Rádio TCE, Quinta, 31 de Agosto de 2017, 11h54):

É lícito ao ente público municipal conceder apoio cultural, desde que legalmente instituídas na forma da lei nove mil 612 de 98./ A subvenção social deverá atender as condições estabelecidas na lei de diretrizes orçamentárias./ O apoio cultural deverá ser formalizado por meio de convênio./ Caso exista na localidade mais de uma rádio comunitária, o poder público deverá fazer o credenciamento de todas que satisfaçam as condições fixadas em lei./ A rádio comunitária não pode ser considerada como órgão de imprensa oficial a dar validade aos atos da administração./ Deverá a entidade recebedora prestar contas dos recursos recebidos ao órgão concedente./ Como relatou o conselheiro Valter Albano.//

Aqui talvez seja o ponto mais alto da tentativa de enganar os Julgadores:

Com jogo de palavras o Recorrente tenta demonstrar que a Administração Pública não pode, através das Agências Contratadas, veicular propaganda em rádios comunitárias trazendo um “julgado” do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso onde é dito que as rádios comunitárias podem receber APOIO CULTURAL da Administração Pública desde que sejam firmados convênios diretos. Tomamos a liberdade de trazer o trecho negrito e sublinhado para demonstrar o quão baixo foi o ataque da Recorrente, uma vez que o que se impede é que a Administração apoie a criação dessas rádios, que devem ser de iniciativa privada.

Como se não bastasse, a recorrente ainda trouxe uma notícia do Ministério Público do Estado de Mato Grosso relatando que:



FCS Comunicação S/A
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110
Ribeirão da Ponte . 78040-585
Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

PROPAGANDA INSTITUCIONAL

MP recomenda que Governo, Prefeitura, AL e Câmara não gastem dinheiro em rádios comunitárias

O promotor Mauro Zaque, da 11ª Promotoria de Justiça Civil da Comarca de Cuiabá, recomendou que o governador Mauro Mendes (DEM), assim como o prefeito Emanuel Pinheiro (MDB), o presidente da Assembleia Legislativa, Eduardo Botelho (DEM) e o presidente da Câmara Municipal de Cuiabá, Misael Galvão (PSB) não gastem dinheiro público encaminhando propaganda institucional a rádios comunitárias.

Na notificação recomendatória, o promotor cita que o serviço de radiodifusão comunitária, criado pela Lei federal 9612/1998, deve ser operado por associações comunitárias e sem fins lucrativos.

Vejam que o MP/MT apenas e tão somente **RECOMENDA** que não sejam realizados gastos junto às rádios comunitárias, salvo guardando o uso semântica uma recomendação não é uma determinação, até mesmo porque não há qualquer lei que impeça o uso das mesmas para o maior atingimento das campanhas.

Ainda na tentativa de fazer desconsiderar a melhor proposta apresentada na presente licitação, a Recorrente alegou que:

Além da falta da tabela de preços das inserções, a primeira colocada também não apresentou as tabelas dos chamados custos externos (produção de áudio, vídeo, impressos e outros), que são necessárias para provar os valores apresentados.



Vejamos o que foi apresentado pela Contrarrecorrente:

PRODUÇÃO			
PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL	%
Filme 30"	1	23.200,00	7,74%
Spot 30"	1	850,00	0,28%
Outdoor Placas Simples	10	2.300,00	0,77%
Animação Full banner	1	500,00	0,17%
SUBTOTAL PRODUÇÃO		26.850,00	9,0%
CRIAÇÃO			
PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO CRIAÇÃO	%
Filme 30"	1	10.043,00	3,35%
Spot 30"	1	3.049,00	1,02%
Outdoor Placas Simples	1	5.808,00	1,94%
Super banner (Cabeçalho)	1	3.734,00	1,25%
Anúncio 1/2 Pág Jornal	1	5.981,00	1,99%
SUBTOTAL CRIAÇÃO		22.634,00	7,5%

Qual a intenção da Recorrente em alegar que a Contrarrecorrente deixou e apresentar algo que foi apresentado? E mais, apresentado da forma exigida pelo edital? Torna-se cristalino que a intenção era tão somente de interpor um recurso protelatório!

Adiante, também de forma velada, o Recorrente trouxe a seguinte alegação:

Ocorre que foram atribuídas notas com diferenças superiores a 20% entre a maior e a menor pontuação do quesito. **E não houve a reavaliação determinada pela lei e pelo edital.**

Essa diferença é visível já nas notas das três primeiras colocadas. Vejamos.

No quesito **Raciocínio Básico**, a MB obteve a média de 10,9, a Renca 9,13 e a FCS 17,03 (desprezamos outras casas decimais). A diferença, pois, entre a menor nota, 9,13, e a maior, 17,03, é de **46% (quarenta e seis por cento)**.

No quesito **Estratégia de Comunicação**, as médias foram: MB 9,26; Renca 10,26; FCS 16,1. A diferença entre a menor nota, 9,26, e a maior, 16,1, é de **42% (quarenta e dois por cento)**.

No quesito **Ideia Criativa**, as médias foram: MB 9,76; Renca 9,43; FCS 17,06. A diferença entre a menor nota, 9,43, e a maior, 17,06, é de **44% (quarenta e quatro por cento)**.

No quesito **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, as médias foram: MB 10,87; Renca 10,25; FCS 17,7. A diferença entre a menor nota, 10,25, e a maior, 17,7, é de **42% (quarenta e dois por cento)**.



Muito embora o Recorrente tenha atacado a forma de avaliação da Subcomissão e não diretamente esta Contrarrecorrente, aqui calha-nos tecermos algumas considerações.

Ocorre que houve um equívoco da Recorrente quando da leitura da regra legal trazida pela inovadora Lei Federal nº 12.232/2010, que no artigo 6º, em especial no Inciso VII trouxe a seguinte redação:

“Art. 6º. A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2o, e às seguintes:

(...)

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório”.

A regra legal determina que quando da avaliação de cada uma da empresa, se for constada divergência de notas **entre os julgadores**, as mesmas deverão ser reavaliadas.

Aqui está o erro de entendimento do Recorrente, a lei determina a reavaliação de notas imputadas para cada uma das empresas individualmente, para que não haja disparidade **entre os julgadores**, evitando-se, por exemplo, que apenas um tenha dado uma nota extremamente inferior para prejudicar aquele licitante em específico.

Aliás, exigir que a diferença de notas entre Empresas seja inferior, fere de morte o Princípio da Isonomia, uma vez que, por exemplo, uma empresa não apresente uma campanha crível, terá sua nota aumentada a despeito de sua baixa capacidade, e pior, a que conseguiu demonstrar uma excelente nota, terá a mesma diminuída apenas para ficar dentro dos 20% (vinte por cento) de diferença.

Em suma, a tentativa de imputar a necessidade de reavaliação para equiparação de notas de todas as empresas chega a ser fantasiosa.



FCS Comunicação S/A
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110
Ribeirão da Ponte . 78040-585
Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

Assim sendo, o Recurso apresentado pela M. VITORINO DA SILVA-ME não merece reconhecimento conquanto aos ataques diretos à FCS COMUNICAÇÃO S/A.

IV - REQUERIMENTO

Face ao exposto, requeremos:

- 1) Que seja recebido o presente CONTRARRECURSO;
- 2) Que sejam feitas diligências para, caso queira, corroborar as informações prestadas na presente peça;
- 3) Que sejam acatadas as alegações do presente, conquanto aos ataques formulados à Contrarrecorrente;
- 4) Que sejam analisados e julgados os baixos ataques feitos à Comissão de Licitação do Município de Sorriso;
- 5) Que seja dado prosseguimento no procedimento licitatório, mantendo-se como vencedora do certame a empresa FCS COMUNICAÇÃO S/A.

Nestes Termos, pedimos deferimento.

GUSTAVO VANDONI DA SILVA PEREIRA
DIRETOR | FCS COMUNICAÇÃO S/A
CNPJ 03.076.463/0001-25

Cuiabá(MT), 3 de setembro de 2021.