ILMA. SRA. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO PÚBLICA PERMANENTE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MATO GROSSO DO SUL – ALEMS

Processo n. 080/2023
Concorrência 002/2023

NEOCOM MARKETING E PROPAGANDA LTDA, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na Rua Jeribá nº 325, Sala nº 06, Conjunto Work Center, Bairro Chácara Cachoeira, em Campo Grande-MS, CEP 79.040-120., Inscrita no CNPJ 12.770.092/0001-78, representada pelo não sócio o Administrador Sr. VALTER LUIZ FERREIRA, brasileiro, casado, Administrador, portador do RG 1410664 SSP-DF e CPF 756.146.696-04, residente na Quadra QSC 07 Casa 27, Bairro Taguatinga Sul (Taguatinga), Brasília-DF, CFP 72016-070, vem respeitosamente **apresentar RESPOSTA AO RECURSO ADMINISTRATIVO** formulado pela empresa OK COMUNICAÇÃO LTDA., conforme passa a explanar:

DAS RAZÕES DE IMPROCEDÊNCIA DO RECURSO

Inicialmente, pontua-se que estas contrarrazões recursais se limitam, inicialmente, ao item II. 4. do fato 1, do recurso interposto, haja vista que apenas neste tópico é abordada a empresa que ora se defensa.

Neste ponto, alega a recorrente o seguinte:

> *"Observemos que. na parte inferior esquerda, há o apontamento do endereço eletrônico supracitado.*
> *No entanto. não há qualquer orientação do Edital no sentido de que. entre as peças a serem defendidas na Estratégia de Comunicação Publicitária e corporificadas na Ideia Criativa, haja um site ou hotsite na internet.*
> *Da mesma forma, não há qualquer citação no Briefing, por exemplo, de que haverá algum site ou hotsite específico para a campanha que está sendo apresentada.*
> *Basta um acesso a qualquer navegador de internet para se certificar de que. até a presente data. não existe o site ou hotsite em questão.*
> *Tampouco se vê, na proposta apresertada. uma defesa ou argumentação em relação a esta peça.*
> *Logo, se há a indicação de um endereço inexistente no leiaute, há de se entender que a proponente pretende desenvolvê-lo ou criá-lo, caso contrário ele não constaria na peça.*

Neste caso, está manifestado um flagrante descumprimento do previsto no subitem 5.1.1, III, Ideia Criativa. que delimita as peças integrantes da campanha a ser apresentada.
Ocorre que, em seu julgamento. não há qualquer apontamento sobre isso por parte da Subcomissão Técnica, que assim entendeu, em relação à respeito da Estratégia de Comunicação Publicitária em questão:

> *"Atende bem, apresenta uma campanha com linguagem jovial, defende o roteiro e sugere peças indicadas no edital. Deixa de incluir as redes sociais."*

Mais do que isso. conforme podemos constatar, a Subcomissão Técrnca afirma que a lici'anle sugeriu as peças indicadas no Edital. Ora. tal afirmação rão confere com a verdade, visto que o hotsite não consta na lista de peças e sequer existe dentro do site institucional da Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul
De tal maneira, está caracterizado que a licitante prevê em sua proposta uma peça que não faz parte daquelas listadas pelo Edital sem, no entanto, que tal equívoco conste com a devida penalização em seu julgamento."

Não assiste razão à recorrente.

À toda evidência, o mero apontamento do endereço eletrônico na peça de anúncio não é capaz, por si só, de implicar em descumprimento ao previsto no item 5.1.1. III do Edital, pois trata-se de mera sugestão, cuja adoção ou não, ficará a critério exclusivo da ALEMS, caso queira.

Ao contrário do que aponta a recorrente, a Neocom não criou site, apenas indicou o local da peça, qual poderia ser incluído eventualmente em site a ser criado pela entidade licitante, considerando sobretudo o escopo final da peça publicitária, eis que destinada aos jovens estudantes.

Aliás, o que seria de grande importância, pois nos dias de hoje, a *internet* é o principal meio de comunicação com os jovens, quais eram os destinatários da campanha em comento. Neste contexto, houve a compreensão de que é altamente recomendável que, na peça de anúncio, tenha a indicação de um local/campo próprio para a descrição de um endereço URL para pleno acesso dos estudantes.

Assim, é correto o critério de julgamento apresentado pela Comissão quanto à empresa que ora se defende.

Segundo o Prof. Marçal Justen Filho (in Comentários à lei de licitação e contratos administrativos, 8ª edição, Ed. Dialética, pág. 403):

> *"O conceito de **"critérios de julgamento"** deve ser construído de modo sistemático, pela interpretação conjugada de dispositivos constitucionais e legais. Impera o princípio do julgamento objetivo, excluindo-se a discricionariedade na seleção da proposta mais vantajosa. Para viabilizar um julgamento objetivo, faz-se necessária a existência de critérios definidos."*

Assim, mostra-se correta a colocação da Comissão, no sentido de que o plano de comunicação publicitária da Neocom "Atende bem, apresenta uma campanha com linguagem jovial, defende o roteiro e sugere peças indicadas no edital. Deixa de incluir as redes sociais".

A rigor, pugna a recorrente pela adoção de critério altamente formal, sem que isso se justifique no processo licitatório.

Como lecionou o saudoso Hely Lopes Meirelles, *"A orientação correta nas licitações é a dispensa de rigorismos inúteis e de formalidades e documentos desnecessários à qualificação dos interessados."*

CONCLUSÃO

Ante o exposto, mais o que haverá de ser suprido pelo saber jurídico do nobre Julgador, requer que seja negado provimento ao recurso.

Termos em que pede deferimento.
Campo Grande - MS, 13 de março de 2024.

NEOCOM MARKETING E PROPAGANDA LTDA
CNPJ 12.770.092/0001-78
p.p. WANDERLEY BERNARDO
CPF: 051.551.501-91