

À PRESIDÊNCIA DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DO
SENAR/MT

CONCORRÊNCIA Nº 004/2022/SENAR/MT

PROCESSO: 39409/2021

MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.960.718/0001-80, com sede à Avenida Miguel Sutil, nº 8800, Ed. Advanced Business, Sala 1308, Duque de Caxias, Cuiabá/MT, por seu representante legal **Maria Fernanda Escanhuela Melo**, inscrita no CPF sob o nº 269.510.898-25 vem interpor o presente

CONTRARRAZÕES EM RECURSO ADMINISTRATIVO

em face dos recursos apresentados pelas empresas **LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR - GENIUS PUBLICIDADE** inscrita no CNPJ sob o nº 26.787.440/0001-24, **MONTE CRISTO EIRELI** inscrita no CNPJ sob o nº 22.744.232/0001-97, o que faz pelas razões que passa a expor:

IDA TEMPESTIVIDADE

A MERCATTO COMUNICAÇÃO

Considerando que a aplicação do item 11, sub item 11.3, do Edital, cabe contrarrazões ao recurso administrativo **no prazo de 5 (cinco) dias úteis** a contar da



intimação do ato, que ocorreu em **01 de abril de 2022**.

Demonstrada, portanto, a tempestividade da presente Contrarrazões em Recurso Administrativo.

II. ANÁLISES E ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA LICITANTE MONTE CRISTO

II.1 - DA ALEGAÇÃO DE QUE AS MARGENS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO NÃO ATENDEM ÀS EXIGÊNCIAS DO EDITAL

A licitante **MONTE CRISTO**, na ânsia de justificar o erro que a fez ser desclassificada, busca o mesmo erro nas demais licitantes, entretanto tais argumentos não merecem prosperar, haja vista que, as margens da proposta dessa licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO** seguem, milimetricamente, as exigências do edital.

Acontece que a licitante **MONTE CRISTO**, quer induzir essa comissão julgadora ao erro, alegando que a medição da margem inferior esteja incorreta a partir do final do texto, desconsiderando a numeração de página obrigatória no canto direito.

Essa sim é a última informação da página e, portanto, o limite que deve ser considerado na avaliação das margens, sendo esta a determinação do edital, ou seja a exatos dois centímetros do final da lauda.

Sabemos que o final da página pode conter um gráfico ou figura que, se não couber na mesma, passará para a próxima, deixando, na folha anterior, um espaço em branco entre o texto e o final da página.

Esse é um dos principais motivos pelos quais o limite final a ser considerado na medição das margens deve ser a numeração de página, já que essa informação sempre estará presente na margem definida no documento, independentemente da quantidade de informação.

Sendo assim, ao criar o documento, basta que a margem exigida no edital seja

configurada no arquivo para que a informação seja mantida e foi exatamente o que a licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO** fez, garantindo o cumprimento das exigências do edital, diferentemente do que a empresa concorrente falsamente alega.

III. ANÁLISES E ARGUMENTOS APRESENTADOS PELA LICITANTE GENIUS

III.1 - DA ALEGAÇÃO DE QUE AS PEÇAS FILME DE 30" E SPOT DE 30" NÃO ATENDEM AO REQUISITO DE EXEQUIBILIDADE DO EDITAL

A licitante **GENIUS** demonstra em seu recurso que dedicou grande tempo e esforço para encontrar equívocos nas propostas de todas as empresas concorrentes e, ao não encontrar, apresenta os argumentos, na tentativa de gerar dúvida e insegurança, com a única finalidade de induzir a esta comissão julgadora ao erro.

Afirmar que as peças da licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO** não são exequíveis, em função de os “*monstros*” apresentarem detalhes mínimos em sua composição, mesmo sabendo que essas peças não são as definitivas, é um bom exemplo disso.

A licitante **GENIUS** afirma que o Spot de 30” não poderia ser veiculado porque o arquivo apresenta um segundo a mais na claquete e que o mesmo acontece com o Filme de 30” por conter seis segundos a menos na claquete.

Ora, a empresa que está há 40 anos no mercado e possui em sua estrutura uma produtora de áudio e de vídeo, bem sabe o significado de uma peça quando essa é nomeada “*monstro*”.

Significa que a mesma NÃO FOI FINALIZADA e que sua apresentação tem como objetivo que o cliente possa compreender, um pouco melhor, a ideia criativa, e o que está sendo desenvolvido até o momento.

Só após os refinamentos necessários de informações e orientações do cliente é que os materiais são finalizados para aprovação e aí sim, estarão prontos para serem enviados aos veículos.

Há que se considerar que, conforme instrução deste edital, todas as licitantes estão trabalhando com peças que não foram finalizadas, assim como a **MERCATTO COMUNICAÇÃO**.

Por conta disso, tanto os layouts impressos quanto as peças eletrônicas estão em sua versão “*crua*”, ou seja, sem o acabamento detalhado e rigoroso de uma peça finalizada.

Isso porque, como já foi dito, a intenção de um **protótipo**¹², não é apresentar um material pronto para veiculação e sim inserir um pouco mais de artifícios³ para transmitir a ideia com um pouco mais de clareza.

Outro ponto nobre, e de importante destaque, é que as Licitantes Concorrentes devem considerar que, normalmente, as agências criam os textos com alguns segundos a menos para não correrem o risco de o áudio ficar muito acelerado e as produtoras calibram o tempo de acordo com o ritmo da locução.

Da mesma forma, pode ocorrer de a trilha utilizada ter uma “*sobra*” no final, sem qualquer prejuízo para a mensagem, pois a assinatura e o conteúdo já foram concluídos no tempo exato.

Exatamente por isso, o nome que se dá a esse tipo de material é **“MONSTRO”**, porque ainda não passou por todos os critérios de qualidade e detalhes que fazem com que as peças sejam definitivas, ou seja, são somente protótipos.

Com base nisso, chega a ser absurdo e até mesmo descabível, afirmar que as

¹ Protótipo é um produto de trabalho da fase de testes e/ou planejamento de um projeto. O termo protótipo é usado em uma variedade de contextos, incluindo semântica, design, eletrônica e programação de software < <https://pt.wikipedia.org/wiki/Prot%C3%B3tipo> >

² Dicionário Michaelis : O primeiro exemplar de um produto industrial, feito de maneira artesanal, conforme discriminações de um projeto, que serve de teste, antes de sua produção em série. <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/prot%C3%B3tipo>>

³ A exemplo: uso de locução e de trilha sonora.

peças não são exequíveis.

Uma peça para ser considerada impossível de ser executada precisa estar totalmente fora dos limites criativos de verba, prazo, propondo soluções para as quais não existam meios de realizar ou que não possam ser atingidas no prazo necessário, que extrapolam os recursos disponíveis, em suma, indo contra as determinações do edital.

As peças da licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO, NÃO CONTÉM NENHUMA DAS INFRAÇÕES** apontadas acima. Ao contrário. Partem de situações reais, de imagens possíveis, de um orçamento viável e são perfeitamente realizáveis no período estipulado para a campanha.

Com certeza, ajustes no ritmo da locução, na trilha a ser escolhida e nos cuidados ao finalizar as peças serão necessários em caso de produção definitiva, assim como em **TUDO E QUALQUER MATERIAL** que venha a ser aprovado, independente da empresa que o tenha proposto.

Não há nenhum objeto que inviabilize todos os acertos da licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO**, principalmente as infrações apontadas pela licitante **GENIUS**, com base em suposições absurdas.

Tornando impossível a apresentação de qualquer formato de peça em um processo licitatório.

Basta pensar que, da mesma forma que um material eletrônico não estará finalizado, também não é possível apresentar peças como um folder nas medidas exatas em que será produzido, por limitações de tipo de papel, tamanho máximo do mesmo, a ser utilizado ou de impressora disponível.

Este também será apresentado em um tamanho menor e, mesmo assim, terá o orçamento feito considerando o tamanho correto.

O mesmo acontecerá com peças como outdoor, busdoor, cartazes, posts, dentre os demais objetos.

Em suma, nenhum profissional da comissão julgadora irá questionar se o

tamanho da peça apresentada confere com as medidas do orçamento apresentado porque está claro que se trata de um *layout* e basta que as informações estejam legíveis e permitam a análise de maneira completa, sem erros ou rasuras.

Da mesma forma, nenhum profissional da comissão julgadora entenderá que um ou seis segundos de diferença irão inviabilizar a produção de um material eletrônico porque está claro que se trata de um **“protótipo”**.

Outro ponto é a possibilidade de apresentar as peças de rádio e TV em formato de **roteiro**⁴, sendo somente o texto descritivo das informações dos principais pontos a serem abordados em um trabalho .

Nesse caso, como é que se garante que o que está escrito ali irá caber de forma exata em 30 segundos ou não? Mesmo em textos cujos áudios são cronometrados, o tempo não é exato porque depende do ritmo da locução a ser gravada.

Em resumo, o edital solicita um VT de 30” que pode ser apresentado em forma de *monstro* , que deve ser claro em relação ao material que este ainda vai ser finalizado, portanto há que se considerar que o tempo do material apresentado no *monstro* pode acabar não sendo exatamente o tempo do material finalizado.

O mais importante é que a ideia apresentada seja entendida e possa ser apreciada pela comissão. E, nesse sentido, os materiais cumpriram com o objetivo.

III.2 - DA ALEGAÇÃO DE MULTIPLICIDADE NO FILME DE 30” NÃO TER SIDO CONSIDERADA PELA LICITANTE MERCATTO COMUNICAÇÃO O QUE ULTRAPASSARIA A VERBA DISPONÍVEL PARA COMUNICAÇÃO

⁴ Dicionário Michaelis : Texto escrito por um ou vários profissionais, com base em um argumento original ou na adaptação de uma obra já existente, para cinema, teatro, programas de televisão, rádio etc. Inclui diálogos, informações sobre cenários, planos de personagens e as condições técnicas para a execução do trabalho.<<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/roteiro/>>

A respeito das logomarcas assinadas no final do VT e que não foram consideradas como múltiplos, o equívoco da licitante **GENIUS** foi um pouco maior.

Ocorre que segundo o argumento de que o múltiplo não foi considerado na Estratégia de Mídia da licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO**, não merece prosperar.

Isso porque o **SENAR/MT** é parte do “**Sistema Famato**” e está sobre o mesmo “guarda-chuva de marca” que várias outras instituições e por óbvio, essas instituições **NÃO CONCORREM ENTRE SI.**

Sendo assim, a TV Centro América “abona” a veiculação das marcas que compõem a assinatura padrão do cliente, conforme mostra o print retirado de e-mail de confirmação respondido em 05/04/22 pelo profissional Matheus Toschi Trejan, responsável pela área.

De: Thyanne Arruda <thyanne@mercattocomunicacao.com.br>

Enviada em: terça-feira, 5 de abril de 2022 15:14

Para: Matheus Toschi Trejan <matheus.toschi@centroamericafm.com.br>

Assunto: Ref. Multiplo na assinatura do sistema famato

Matheus, td bem?

Estamos criando campanha pro Senar e preciso saber se, onde a assinatura padrão é do sistema Famato conforme abaixo, se incide múltiplo na mídia ou não.

No passado me parece que foi isento de multiplicidade sistema Famato, FIENT entre outros que configuram sistemas.

Print enviado com a tela de assinatura do filme para o cliente SENAR/MT:



Resposta do profissional responsável - Matheus Toschi Trejan:

De: Matheus Toschi Trejan <matheus.toschi@centroamericafm.com.br>

Enviada em: terça-feira, 5 de abril de 2022 15:41

Para: Thayanne Arruda <thayanne@mercattocomunicacao.com.br>

Assunto: RES: Ref. Múltiplo na assinatura do sistema famato

Olá

Este cliente em especial tem estas marcas abonadas.

Não é cobrado multiplicidade.

Matheus

A partir dos documentos acima colacionados, é possível verificar que a acusação da licitante **GENIUS** não procede, pelo simples motivo: **NÃO HÁ COBRANÇA DE MÚLTIPLOS NESSA CAMPANHA E, TÃO POUCO, HÁ ERRO NA DISTRIBUIÇÃO DA VERBA DO CLIENTE.**

Estando cristalino que, no tocante à Estratégia de Mídia, a licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO**, atende às exigências do edital e não fere, em nenhum momento, os critérios de economicidade e exequibilidade das peças.

Se a licitante **GENIUS**, por falta de informação atualizada, computou um

volume de recursos para esta finalidade, ela sim incorreu em erro e deixou de utilizar esse valor de forma produtiva, a favor do alcance, frequência e bons resultados de sua estratégia e cabe a ela ficar mais atenta em próximas oportunidades.

IV. DOS PEDIDOS

ISTO POSTO, diante da plena comprovação de atendimento ao edital, **REQUER**, o recebimento da presente contrarrazão do recurso administrativo, solicitamos como lúdima justiça que:

- a) A peça recursal das recorrentes licitantes **MONTE CRISTO E GENIUS** sejam conhecidas para, no mérito, serem **INDEFERIDAS INTEGRALMENTE**, pelas razões e fundamentos expostos;
- b) Seja mantida a decisão da Douta Pregoeira, declarando a desclassificação da licitante **MONTE CRISTO EIRELI**, conforme motivos consignados na ata de julgamento número 004, 2ª sessão, abertura dos envelopes 2, apresentada na sessão do dia 18 de março de 2022, às 08hr30mon, pela comissão técnica, por ausência de fundamentação legal ou jurídica que possa conduzir a reforma da decisão proferida pelo Presidente da Comissão de Licitação.
- c) Requer ainda que sejam providos, em todos os seus termos, os pedidos realizados no Recurso Administrativo Principal da Licitante **MERCATTO COMUNICAÇÃO**, bem como nesta presente contrarrazão, como forma de imposição e prevalência da lei, da doutrina e dos princípios da moralidade administrativa, a publicidade,
- d) Por fim, seja devidamente motivada a decisão tomada, caso se entenda pelo provimento dos Recursos acima impugnados, devendo o julgador

apontar os fundamentos de direito e de fato, conforme determinado pelo Princípio da Motivação dos Atos e Decisões Administrativas.

- e) Em caso de não alteração da decisão, conforme Art. 109, III, § 4º, da Lei 8666/93, e no Princípio do Duplo Grau de Jurisdição, seja remetido o processo para apreciação por autoridade superior competente.

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Cuiabá-MT, 11 de Abril de 2022



Maria Fernanda Escanhuela Melo

Sócia Diretora Administrativa / Financeira

Mercatto Comunicação Integrada Ltda.

CNPJ: 04.960.718/0001-80

CNPJ: 04.960.718/0001-80

Mercatto Comunicação Integrada Ltda.

Av. Miguel Sutil, Nº 8.800, 13º Andar
Sala 1309 - Edifício Advanced Business
Bairro. Duque de Caxias

CEP 78.043-305 – CUIABÁ – MT

AV. MIGUEL SUTIL, Nº 8.800 - DUQUE DE CAXIAS
13º ANDAR - SALA 1309 - ED. ADVANCED BUSINESS | CEP 78.043-305

☎ 65 3624-6333 📍 MERCATTOCOMUNICACAO.COM.BR

📌 MERCATTOCOMUNICACAO 📷 @MERCATTOCOMUNICACAO