

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO MINISTÉRIO DA SAÚDE

REF.: CONCORRÊNCIA Nº 01/2022; EDITAL 66/2022

PROCESSO Nº 25000.077538/2021-76

IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S, sociedade simples, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, sediada no SAUS Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901/921, Asa Sul, Brasília/DF, CEP 70.070-913, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro no art. 109 da Lei de Licitações (Lei nº 8.666/93), apresentar

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Interpostos pelos licitantes desclassificados **CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VÍDEO, CONTEÚDO E WEB EIRELI – CLARA DIGITAL; CAPPUCCINO ESCRITÓRIO DE DESENHO LTDA.; BRIVIA COM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. - BRIVIA; AGÊNCIA DE INTERATIVIDADE E MARKETING LTDA – I-MARKETING**, em face do julgamento e resultado lavrado na fase da avaliação da Proposta Técnica, por este ilustre comitê de licitação, fazendo-o nos fatos e fundamentos que passa a expor.

I – DA TEMPESTIVIDADE

De acordo com o subitem 19.1 do edital, a licitante dispõe do prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados da intimação do ato ou da lavratura da ata, para interpor recurso administrativo em face das decisões proferidas nos autos do presente procedimento licitatório. Portanto, o prazo recursal teria início em 04/01/2023, sendo o prazo final para o

protocolo do recurso, a data de 10/01/2023. Assim, protocolizado nesta data, não remanesce a menor dúvida acerca da tempestividade da presente irresignação.

II – DA SÍNTESE FÁTICA

Foi publicado o edital de Concorrência nº 01/2022, do tipo melhor técnica, pelo Ministério da Saúde, para realização do seguinte objeto:

... contratação de 2 (duas) empresas prestadoras de serviços de comunicação digital, doravante denominadas licitantes ou contratadas, referentes aos seguintes serviços:

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;*
- b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;*
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Ministério da Saúde, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com as novas tecnologias*

Em total harmonia com o texto do edital, a recorrida apresentou, no prazo imposto, os envelopes contendo os documentos e as exigências propostas.

Assim, diante da análise da proposta técnica, a comissão julgou **classificada e habilitada a IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S**, na segunda colocação, e estabeleceu a pontuação técnica de cada empresa licitante na ata da referida fase de julgamento.

Em face deste resultado, as empresas referenciadas acima interpuseram recursos administrativos requerendo, principalmente, a nulidade do processo licitatório, por suposta ofensa ao sigilo e à vinculação ao instrumento convocatório, supostamente ocorrida na terceira sessão; além de revisão da pontuação, no caso da empresa **CAPPUCCINO**.

Desde já se realça que devem ser afastadas todas as alegações desfavoráveis à recorrida, já que **a comissão, durante todo o certame, tem dado correto cumprimento aos dispositivos legais e do edital.**

Antes de se adentrar ao mérito, faz-se essencial lembrar os fundamentos jurídicos do texto do próprio Edital, o qual vincula a todas as concorrentes, o qual *faz lei entre as partes*:

20.4 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na segunda sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, de todos os Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 2;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 2, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes habilitadas;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes habilitadas, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 4.

20.4.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 2.5 do Apêndice III do Anexo I deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.4.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 2.5 do Apêndice III do Anexo I deste Edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 3.

20.4.2 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.4 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

Terceira Sessão

20.5 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 2 e nº 4, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;*
- b) abrir os Invólucros nº 3 das licitantes habilitadas;*

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 3 (Plano de Comunicação Digital - Via Identificada) das licitantes habilitadas, com os conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Digital que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas;

e) proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 2.7 do Apêndice III do Anexo I deste Edital, se for o caso;

g) informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 18, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19 deste Edital.

20.6 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação.

E exatamente nessa ordem foi realizado o certame e os procedimentos que fundamentaram a Terceira Sessão, **conforme registrado, inclusive por vídeo**. Ocorre que as recorrentes, inconformadas com sua desclassificação, acabam por querer desvirtuar a ordem dos acontecimentos deduzindo suposta quebra de sigilo para um procedimento estritamente especificado e acatado por todos conforme as regras editalícias.

Após a Segunda Sessão, a qual foi realizada e finalizada sem qualquer intercorrência, a comissão adotou os procedimentos do item 20.4 e seguintes, conforme registrado no processo administrativo, principalmente:

a) encaminhamento à Subcomissão Técnica de todos os Invólucros nº 2; b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 2; c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 2 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 2; d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 2, ocorreu o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 4 das licitantes habilitadas; **e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 4 das licitantes habilitadas; f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 4 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 4.**

Depois disso, com o encerramento da Segunda Sessão sem qualquer questionamento, passou-se à Terceira Sessão, na qual, nos termos do Edital, e nessa estrita ordem:

a) identificaram-se os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; b) abriram-se os Invólucros nº 3 das licitantes habilitadas; **c) realizou-se o cotejo os documentos constantes dos Invólucros nº 3 (Plano de Comunicação Digital - Via Identificada) das licitantes habilitadas, com os conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), para identificação de autoria;** d) elaborou-se planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas; e) proclamou-se o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;

Criou-se uma “confusão” porque à data da Terceira Sessão porque, na forma do Edital, item 20.5, “e” e “f”, foi aberto o invólucro nº 3 e realizado o cotejo com os documentos do invólucro nº 2, para identificação das empresas e, em seguida, foram demonstradas as suas pontuações, anteriormente atribuídas, sem qualquer quebra de sigilo, sem qualquer mácula às regras editalícias.

As recorrentes alegaram que essa não é a formalidade usual, sendo que as notas, por vezes, são apresentadas antes, e depois abre-se o invólucro de identificação.

Contudo, tudo ocorreu às claras, na mesma sessão, sem que qualquer prejuízo possa ser verificado diante deste procedimento – TOTALMENTE DE ACORDO COM A LETRA DO EDITAL, O QUAL A TODOS VINCULOU. Agora, nesse momento, não cabe mais contestar a regra maior do certame, apenas pelo inconformismo com a classificação final.

Além disso, o processo administrativo foi disponibilizado no **SEI e no Site do Ministério da Saúde**, em sua integralidade, para todos os licitantes, inclusive com a transcrição do que ocorre ao longo das sessões públicas. O que se evidencia com isso é que o processo licitatório **transcorreu na mais perfeita transparência**.

Seguindo essa esteira de raciocínio, é do conhecimento de todos que atuam nos certames públicos, seja como presidente ou como membros de Comissões de Licitações, que algumas empresas licitantes lançam mão de todos os meios existentes para lograr êxito no processo, ou seja, serem declarados vencedoras da disputa. Entretanto, muitas vezes essas empresas acabam por utilizar das manifestações de recurso para fazerem acusações infundadas, apenas com o objetivo de procrastinar o resultado e atacar tão somente por atacar, o que inclusive pode gerar prejuízos diversos para o órgão responsável pela concorrência.

As licitantes Brivia, Cappuccino, Clara Digital e Agência de Interatividade e Marketing interuseram recursos na evidente tentativa de tumultuar o procedimento licitatório, o que não merece sorte alguma, como será elucidado adiante.

Em atenção aos princípios da ampla defesa e do contraditório, respeita-se o direito de recorrer. Todavia, a insistência argumentativa desprovida de sustentação técnica/jurídica é motivo suficiente para que o recurso seja rechaçado, ainda mais quando seu intuito é tão somente macular a análise por parte da Comissão Especial de Licitação e levantar suspeitas onde realmente nada há de concreto.

Face ao exposto, a in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S apresenta a seguir suas contrarrazões, diante dos argumentos apresentados pelas licitantes Brivia e Cappuccino, que tentam desmerecer o trabalho desenvolvido por esta licitante. De

antemão: a proposta da in.Pacto obedeceu a todos os critérios e exigências estabelecidos pelo edital. Até por isso, a empresa foi declarada como segunda colocada na disputa, visto que demonstrou ser inteiramente apta a executar o serviço licitado, em razão da sua comprovada qualificação técnica.

Passa-se, então, a afastar os equivocados argumentos das recorrentes.

III – DA BASE PRINCIPIOLÓGICA QUE FUNDAMENTA AS PRESENTES CONTRARRAZÕES

Antes de se adentrar ao mérito propriamente dito, é salutar demonstrar o arcabouço principiológico que envolve as licitações e o processo administrativo, que deve ser estritamente seguido por esta Ilustre Comissão e todos os concorrentes, com base no **princípio da legalidade**, inclusive.

Primeiramente, o devido amparo constitucional:

*Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos **princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência***
(...)

*XXI - ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, **mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.***

Art. 173. Ressalvados os casos previstos nesta Constituição, a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou a relevante interesse coletivo, conforme definidos em lei.

§ 1º A lei estabelecerá o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias que explorem atividade econômica de produção ou comercialização de bens ou de prestação de serviços, dispondo sobre: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)

(...)

III - licitação e contratação de obras, serviços, compras e alienações, observados os princípios da administração pública;

Veja-se a legislação de licitação:

LEI 8.666/1993

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do **princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável** e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Art. 44. No julgamento das propostas, **a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital** ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

LEI 14.133/2021

DOS PRINCÍPIOS

Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os **princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável**, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).

Por fim, mas não menos importante, veja-se o que dispõem a Lei nº 9.784/99 e, em seguida, a LINDB:

LEI 9.784/99

Art. 2º **A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência.**

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

I - atuação conforme a lei e o Direito;

II - atendimento a fins de interesse geral, vedada a renúncia total ou parcial de poderes ou competências, salvo autorização em lei;

III - objetividade no atendimento do interesse público, vedada a promoção pessoal de agentes ou autoridades;

IV - atuação segundo padrões éticos de probidade, decoro e boa-fé;

- V - divulgação oficial dos atos administrativos, ressalvadas as hipóteses de sigilo previstas na Constituição;
- VI - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público;
- VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;
- VIII – observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados;
- IX - adoção de formas simples, suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados;
- X - garantia dos direitos à comunicação, à apresentação de alegações finais, à produção de provas e à interposição de recursos, nos processos de que possam resultar sanções e nas situações de litígio;
- XI - proibição de cobrança de despesas processuais, ressalvadas as previstas em lei;
- XII - impulsão, de ofício, do processo administrativo, sem prejuízo da atuação dos interessados;
- XIII - interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige, vedada aplicação retroativa de nova interpretação.

LINDB

Art. 20. Nas esferas administrativa, controladora e judicial, não se decidirá com base em valores jurídicos abstratos sem que sejam consideradas as consequências práticas da decisão. (Incluído pela Lei nº 13.655, de 2018) (Regulamento)

Parágrafo único. A motivação demonstrará a necessidade e a adequação da medida imposta ou da invalidação de ato, contrato, ajuste, processo ou norma administrativa, inclusive em face das possíveis alternativas. (Incluído pela Lei nº 13.655, de 2018)

Art. 21. A decisão que, nas esferas administrativa, controladora ou judicial, decretar a invalidação de ato, contrato, ajuste, processo ou norma administrativa deverá indicar de modo expreso suas consequências jurídicas e administrativas. (Incluído pela Lei nº 13.655, de 2018) (Regulamento)

Parágrafo único. A decisão a que se refere o caput deste artigo deverá, quando for o caso, indicar as condições para que a regularização ocorra de modo proporcional e equânime e sem prejuízo aos interesses gerais, não se podendo impor aos sujeitos atingidos ônus ou perdas que, em função das peculiaridades do caso, sejam anormais ou excessivos.

Portanto, ainda que não se atenda aos pedidos delineados nesta peça, o que se aventa em homenagem ao princípio da eventualidade, requer, desde já, que todos os

pontos levantados sejam especificamente analisados e respondidos, com a devida fundamentação, sob pena de desatendimento às normas aplicáveis e aos princípios que norteiam a administração, **notadamente a legalidade, a motivação e a segurança jurídica.**

IV – DOS RECURSOS APRESENTADOS PELA BRIVIA

Acusações graves e sem fundamento dão o tom dos recursos apresentados pela Brivia contra a **in.Pacto**, que – é imperioso ressaltar – apresentou proposta técnica mais robusta, alcançando pontuação superior à de sua concorrente. Esta, por sua vez, apresentou argumentos não condizentes com a realidade, não tendo apontado falhas ou erros reais na proposta da **in.Pacto**, valendo-se de grande subjetividade, e apenas isso.

A Brivia afirma que esta licitante é de “segmento diverso e [sic] comunicação, ou seja, não têm o digital em sua origem”, e que “até, recentemente, alterou sua razão social para, inocuamente, tentar se aproximar desse mercado, fatos que ocasionam uma triste consequência, a completa inadequação das ações propostas pelas mencionadas empresas ao objeto da licitação em comento”.

Como diz a sabedoria popular, contra fatos, não há argumentos: desde 2019, a **in.Pacto** vem atendendo clientes no âmbito da comunicação digital. Entre eles, o Conselho Federal de Química (CFQ). E no rol de clientes com contratos exclusivamente digitais, estão órgãos e instituições de grande porte, como o Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR) e o Governo do Estado do Rio de Janeiro.

Some-se a isso o fato de que a in.Pacto é associada à ABRADI – Associação Brasileira dos Agentes Digitais, que é a entidade associativa que representa as agências de comunicação digital. Daí a pergunta: como ser associado de associação de agências de comunicação de digital e não possuir tal natureza? A resposta é óbvia e dispensa maiores comentários...

Logo, as afirmações da Brivia não passam de inverdades. Todavia, é importante aproveitar o ensejo para expor a real atividade principal desta concorrente, que não tem em si o “DNA digital” como afirma, atuando no campo da publicidade. É o que o resultado da

busca por CNPJ (informado pela própria licitante em seu recurso) aponta: sua atividade econômica principal é publicidade.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL			
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
 NÚMERO DE INSCRIÇÃO 16.749.998/0001-61 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 23/08/2012
NOME EMPRESARIAL BRIVACOM COMUNICACAO E MARKETING LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 62.01-5-01 - Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda 63.19-4-00 - Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet 64.63-8-00 - Outras sociedades de participação, exceto holdings 73.12-2-00 - Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO R RUBEM BERTA	NÚMERO 38	COMPLEMENTO SALA 010 A	
CEP 93.525-080	BAIRRO/DISTRITO VILA NOVA	MUNICÍPIO NOVO HAMBURGO	UF RS
ENDEREÇO ELETRÔNICO ADMINISTRATIVO@BRIVIA.COM.BR		TELEFONE (51) 3035-0055	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 23/08/2012	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL *****			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Brivia diz ainda que “as duas mencionadas empresas [entre elas a in.Pacto], anunciadas como primeira e segunda colocadas no certame, são agências que normalmente transitam em outro ambiente”, colocando a **in.Pacto** como atuante tão somente no campo das relações públicas e assessoria de imprensa. E chega ao absurdo de afirmar que “agências de RP e Assessoria tendem a basear as suas estratégias na utilização de espaços de terceiros para reverberar as mensagens, deixando os canais proprietários dos clientes com menos protagonismo e relevância, este efeito fica evidente nas propostas da FSB e InPacto”.

Essas alegações são totalmente infundadas. A **in.Pacto** atua em diferentes áreas. E seu trabalho no universo da comunicação digital tem notório e público reconhecimento, por

parte de clientes e mercado. As comprovações sobre seu trabalho neste campo constam tanto da documentação referente à Habilitação Técnica quanto dos quesitos que apresentavam tal exigência – como a Capacidade Técnica e os Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

Em tempo: caberia à Brivia participar de uma concorrência de comunicação digital, sendo ela uma agência de publicidade? A resposta é simples: sejam quais forem suas razões sociais, nomes fantasias, atividades principais ou quaisquer outros apontamentos que permeiam seus CNPJ, as empresas que participaram do certame foram devidamente habilitadas na primeira sessão, como determina o edital, sendo que o prazo recursal para questionamentos dessa natureza já está ultrapassado.

Em verdade, a Brivia parece fazer uso desses argumentos pueris e quase risíveis apenas, e tão somente, para desqualificar a proposta da **in.Pacto** de qualquer forma, uma vez que não tenha encontrado erros reais no robusto material que foi apresentado por esta recorrente.

A seguir, alguns outros pontos apontados pela Brivia, que merecem considerações da **in.Pacto**:

- 1) A Brivia faz menção a ações com influenciadores propostas pela **in.Pacto**, afirmando que não há “menção de como será feito o estímulo a esses influenciadores, que é ponto crucial para a efetividade da ação, segundo a proposta, para dar tração à comunicação”, concluindo que “não estão previstos os cachês para esses ativos (os influenciadores), sendo que, a ação como prevista tem bem mais características de mídia do que de comunicação digital”.

Lamentavelmente, a concorrente dá mostras claras de não ter compreendido as ações propostas pela **in.Pacto**, que explicou em sua proposta que trabalhará com o marketing orientado a dados para identificar influenciadores, microinfluenciadores e nanoinfluenciadores, deixando claro que são potenciais difusores e defensores do Movimento #ZeroAedes. Potencial é diferente de essencial. A **in.Pacto** também evidenciou que haverá produção e divulgação de conteúdo entre as partes – Ministério da Saúde e influenciadores – em seus canais, em uma ação colaborativa (colab), fazendo uso da imensa capilaridade do órgão como espaço para divulgar

esses mesmos colaboradores, que ganham visibilidade. Isso ficou óbvio na ação de conteúdo gerado pelo usuário (UGS - User Generated Content) – estratégia básica e conhecida pelas empresas que trabalham com comunicação digital, inclusive a própria Brivia. Em resumo: as ações com influenciadores estão completas e são exequíveis.

tomada decisões e a mensuração do retorno sobre o investimento (ROI). Com o marketing orientado a dados também identificaremos influenciadores, microinfluenciadores e nanoinfluenciadores, potenciais difusores e defensores do movimento #ZeroAedes.

1) MONITORAR E IDENTIFICAR – Este eixo terá como foco o trabalho em torno do primeiro pilar da triangulação estratégica, o data-driven marketing. Como pre-

OR “chikungunya” OR “aedes” OR “Aedes aegypti”) AND (“Ministério da Saúde”). Os dados monitorados e organizados permitirão ainda a identificação de perfis influenciadores, microinfluenciadores e nanoinfluenciadores, como líderes comunitários, e estimular esses colaboradores a gerar conteúdos próprios divulgando o movimento #ZeroAedes (UGC – User Generated Content – conteúdo gerado pelo usuário). Para

Ações com colaboradores (influenciadores, microinfluenciadores e nanoinfluenciadores), que farão parte do movimento e divulgarão em seus canais proprietários. Canais: redes sociais do MS, redes sociais #ZeroAedes, Plataforma #ZeroAedes e redes dos influenciadores.

– Websérie com líderes comunitários: série com cinco vídeo-reportagens para que os líderes distribuam em suas redes próprias e em canais de comunicação diversos, como WhatsApp e Telegram. Em troca, terão seus perfis compartilhados pelas redes do MS. Trata-se de ação em formato de colab, onde os líderes comunitários serão identificados pelo trabalho de data-driven marketing. Na série, eles vão explicar como

- 2) Dando mostras de que não leu com atenção ou – o que é pior – não foi capaz de entender o que estava lendo, a Brivia afirma: “outro ponto que demonstra a evidente falta de intimidade da InPacto [sic] com o universo da comunicação digital é o fato de que, mesmo afirmando que o Ministério da Saúde tem redes com vários seguidores, grande interação e bom engajamento, a licitante indica a criação de novos perfis, o #ZeroAedes, em todas as redes sociais”. E continua seus falhos argumentos, ressaltando que “a criação de novos perfis passa a ser algo supérfluo e dispendioso” e que “também tal ação de criação de novos perfis em redes sociais não é considerada no orçamento”.

Para que não reste nenhuma eventual dúvida, vamos lá: a criação de novos perfis faz parte da estratégia da **in.Pacto**, que justificou que eles darão capilaridade ao Movimento #ZeroAedes, sendo utilizados durante todo o ano e sem concorrer com conteúdos diversos difundidos pelo Ministério da Saúde. E, pra finalizar, a criação

dos novos perfis é, sim, orçada pela **in.Pacto**, o que está evidente no quadro a seguir (constante de sua proposta):

Criação dos perfis #ZeroAedes	12.1 Conteúdo para Redes Sociais	Precificado em Planejamento editorial integrado, moderação e monitoramento em redes sociais				
Planejamento editorial integrado, moderação e monitoramento em redes sociais	9.1.6 "b" Reedição de Vídeo	Média	10	R\$ 9.476,67	R\$ 94.766,70	1,26%
	11.1 "a" Fotografia Still	Baixa	7	R\$ 2.041,28	R\$ 14.288,96	0,19%
	12.1 "b" Conteúdo para Redes Sociais	Média	6	R\$ 58.082,00	R\$ 348.492,00	4,65%
	12.1 "c" Conteúdo para Redes Sociais	Alta	6	R\$ 79.217,00	R\$ 475.302,00	6,34%
	12.1.2 "a" Moderação em Redes Sociais	Baixa	12	R\$ 32.200,00	R\$ 386.400,00	5,15%
	12.1.3 "b" Monitoramento em Redes Sociais	Média	6	R\$ 55.000,00	R\$ 330.000,00	4,40%
	12.1.3 "c" Monitoramento em Redes Sociais	Alta	6	R\$ 77.000,00	R\$ 462.000,00	6,16%

- 3) A Brivia acusa a **in.Pacto** de não observar a diversidade de idades entre os públicos-alvo previstos pelo edital, afirmando que “outro exemplo em que a InPacto [sic] demonstra completo distanciamento da comunicação digital é quando propõe webséries e perfis de Instagram, TikTok, Facebook, Twitter e YouTube são destinados a todos os públicos”. E complementa seu inconsistente argumento dizendo que “a InPacto [sic] ignora completamente as diferenças de uso de redes sociais decorrentes da idade e classe social dos públicos-alvo”. Importante explicar à Brivia que, na atualidade, segmentar as redes sociais somente por idade é ultrapassado, mas muito válido para ações de impulsionamento (como se faz na publicidade). Explica-se: se for considerado apenas o público prioritário de uma mídia, deixa-se de atingir outros, mesmo que secundários, mas que podem representar um alto volume de engajamento. É o caso do TikTok. Segundo a própria rede social (<https://newsroom.tiktok.com/>), 66% dos usuários têm menos de 30 anos, e a grande maioria têm entre 16 e 24 anos. No entanto, mesmo tendo os mais jovens como dominantes da plataforma, um levantamento da weCreate de 2021 mostrou que 4,76% dos criadores de conteúdo na rede têm mais de 35 anos de idade. Isso ocorre também com o Instagram, Facebook, Twitter e YouTube. É evidente, portanto, que a Brivia pensa como agência de publicidade, escreve como agência de publicidade e participa de licitações com viés de agência de publicidade. Para ela, segmentar conteúdo – assim como faz para impulsioná-los – é regra máxima também para o orgânico. Erro crasso.

- 4) A Brivia encerra suas alegações contra a **in.Pacto** com mais acusações infundadas. Diz que as inconsistências verificadas em sua proposta são muitas, e que “seria necessário um compêndio para listá-las, a exemplo da completa ausência de abordagens sobre a sazonalidade das ações, que tornam inócua a comunicação sobre as arboviroses”. A concorrente diz, ainda, que “as impropriedades e equívocos de interpretação não são exatamente uma surpresa em suas propostas, mas sim uma prova irrefutável do distanciamento que a FSB e a InPacto [sic] têm do universo da comunicação digital”. Bem, pra começar, cabe a pergunta: se seria necessário um compêndio para listar as supostas inconsistências na proposta técnica da **in.Pacto**, por que a Brivia não o fez, sendo esta a oportunidade ideal? Provavelmente por elas não existirem de fato. Nenhuma concorrente, tendo o que apontar de falhas nas propostas de outras empresas, o deixaria de fazer nesta fase da concorrência. Simples assim.

Em relação à sazonalidade, basta que se verifique o plano de implementação apresentado pela **in.Pacto**, que observou diferentes regiões, climas e períodos do ano, precisamente para prever ações em todo o país, respeitando sua imensa regionalidade. Aliás, isso não foi observado na proposta da Brivia. Já sobre a afirmativa de que há distanciamento entre a **in.Pacto** e o universo da comunicação digital, fica evidente que a verdade é justamente o oposto do que diz a licitante. Reitera-se: a **in.Pacto** foi melhor pontuada e avaliada que a Brivia, querendo ela aceitar ou não. Portanto, se há um distanciamento com relação ao universo da comunicação digital, esse veio precisamente da Brivia que, cabe lembrar, tratou do certame em andamento como uma concorrência do campo da publicidade.

Os falhos argumentos apresentados pela Brivia contra a in.Pacto são apenas suposições e subjetividades – e não apontam, de fato, erros. Não há um prova sequer de que a in.Pacto tenha descumprido o edital ou cometido falhas passíveis de perda de pontos. Desta forma, com todo o respeito, e convicta de sua solicitação, esta recorrente roga, a esta Comissão Julgadora, o não provimento dos pedidos recursais apresentados pela empresa Brivia.

V – DOS RECURSOS APRESENTADOS PELA CAPPUCCINO

A empresa Cappuccino pede a revisão de nota sobre o Plano de Implementação apresentado pela **in.Pacto** e sua desclassificação do presente certame. A concorrente afirma que esta licitante apresenta orçamento inexecutável. E, na sequência, a **Cappuccino faz acusação ainda mais grave**, ao afirmar que a **in.Pacto** violou “os deveres de sigilo, padronização e anonimato das propostas técnicas, mediante uso de recursos não previstos no edital, com exclusividade, de forma a preservar a lisura e o caráter competitivo da concorrência”.

Segura de que não deixou de atender nenhuma exigência e não violou nenhuma das regras do edital, a **in.Pacto** faz questão de esclarecer diversos pontos.

No afã de encontrar qualquer irregularidade técnica na proposta da **in.Pacto**, a Cappuccino alega que “é importante alertar à Contratante que o uso para campanhas do GTA RP, como fez a Brahma e como pretende a Empresa 2, (...) é muito mais caro do que o exemplificado na proposta do Plano de Implementação (...)”. E chega, inclusive, ao disparate de pedir a redução para zero da pontuação da **in.Pacto** no Plano de Implementação.

Ora, onde está escrito que a ação proposta pela **in.Pacto** terá a dimensão da campanha feita pela Brahma? A tese recursal da concorrente beira o delírio, uma vez que, em NENHUM MOMENTO, a **in.Pacto** compara sua ação a de uma marca de cerveja.

Reitera-se: não há nada de errado com o orçamento da ação proposta pela **in.Pacto**. Prova disso está nas páginas 35 e 36, onde apresentou-se o orçamento real para o desenvolvimento da referida ação, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica, ou seja, em total conformidade com o subitem 1.3.4 e, importante frisar, utilizando os produtos da Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, do Apêndice I. Ou seja, a tentativa de comparar a ação sugerida pela **in.Pacto** com a campanha de uma cervejaria não tem o menor cabimento. Cabe ressaltar que a ação não compromete a

execução do plano proposto pela **in.Pacto**, como tenta fazer parecer a concorrente Cappuccino. O orçamento apresentado é **totalmente exequível**.

Aliás, forçoso destacar que o orçamento apresentado pela Cappuccino somente lista produtos e valores, sem identificar a quais ações eles se referem, o que por si reforça a diferença de qualidade das propostas aqui em debate. Ironicamente, a concorrente insiste em apontar erros onde nada há de realmente concreto, esquecendo-se das falhas por ela mesma cometidas em sua proposta.

A Cappuccino também faz referência relacionada ao uso do caractere “underline” ou “subtraço” (_). A prolixa e rasa acusação feita pela Cappuccino não faz sentido, portanto, não merece ser considerada pela Comissão. A concorrente faz interpretação equivocada do edital, baseia-se em argumentos equivocados e incoerentes. Em síntese, ela diz que a **in.Pacto** utilizou o “subtraço” que, segundo ela, não estaria previsto no edital. Entre seus falhos argumentos, afirma que “o subtraço foi largamente utilizado pela licitante como um destaque para os subtítulos, em contrariedade às normas do edital, que não previam a utilização de traços, subtraços, travessões e sublinhados para tal finalidade”. E complementa, afirmando que “é importante consignar que o sinal em questão foi utilizado pela concorrente com exclusividade, configurando uma apresentação diferenciada do documento apócrifo, que não deveria conter sinais, marcas ou símbolos que, por seu uso diferenciado, permita a identificação da licitante”. Entre os trechos de seus recursos, a Cappuccino diz:

O subtraço foi largamente utilizado pela licitante como um destaque para os subtítulos, em contrariedade às normas do edital, que não previam a utilização

de traços, subtraços, travessões e sublinhados para tal finalidade. Ao contrário, o item 1.2, alínea “e” veda recuos em títulos, intertítulos e parágrafos, enquanto a alínea “f” admite apenas o espaçamento duplo para destacar títulos, intertítulos e parágrafos. Confira-se:

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada:
para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

[...]

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

É importante consignar que o sinal em questão foi utilizado pela concorrente com **exclusividade**, configurando uma apresentação diferenciada do documento apócrifo, que não deveria conter sinais, marcas ou símbolos que, por seu uso diferenciado, permita a identificação da licitante. É esta a determinação expressa do item 1.2.5 do edital, *verbis*:

1.2.5. O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.

Na sequência, levantando questões legais que nenhuma relação têm com os fatos reais, **a Cappuccino chega ao absurdo de ir além em seus argumentos, sugerindo, de forma irresponsável e injuriosa, que a in.Pacto deliberadamente cometeu grave erro que, na verdade, não ocorreu.**

Mais à frente, a legislação novamente aponta que as propostas técnicas devem ser julgadas de forma individualizada e impessoal e que **o descumprimento de QUAISQUER EXIGÊNCIAS LEGAIS OU EDITALÍCIAS ensejará a desclassificação da licitante**, veja abaixo o inteiro teor do artigo:

A matéria é tão essencial à regularidade do procedimento licitatório que o legislador previu uma série de crimes e infrações administrativas para punir os gestores públicos e as empresas que violarem a padronização, o sigilo e o anonimato das propostas. As principais infrações estão arroladas a seguir:

Crimes do Código Penal

Violação do sigilo de proposta de concorrência

Art. 326 - Devassar o sigilo de proposta de concorrência pública, ou proporcionar a terceiro o ensejo de devassá-lo:

Pena - Detenção, de três meses a um ano, e multa.

Ora, os rasos argumentos apresentados pela Cappuccino não se sustentam. A in.Pacto não cometeu o grave erro de que é acusada. E o simples fato de ter a mesma se classificado em segundo lugar nesta concorrência já é prova suficiente disso.

Num movimento no mínimo desrespeitoso – pois destituído de qualquer argumento plausível e de qualquer fato que possa validar tal estratégia – a Cappuccino ousa sugerir que a in.Pacto pode responder por eventual crime contra o código penal por, supostamente, ter violado a padronização, o sigilo e o anonimato da proposta.

Cabe lembrar à licitante Cappuccino que declarações como essas, infundadas e inverídicas, podem se configurar como calúnia e difamação, expostos nos artigos 138 e 139 do Código Penal Brasileiro:

Calúnia

Art. 138 - Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime:

Pena - detenção, de seis meses a dois anos, e multa.

§ 1º - Na mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga.

§ 2º - É punível a calúnia contra os mortos.

Exceção da verdade

§ 3º - Admite-se a prova da verdade, salvo:

I - se, constituindo o fato imputado crime de ação privada, o ofendido não foi condenado por sentença irrecorrível;

II - se o fato é imputado a qualquer das pessoas indicadas no nº I do art. 141;

III - se do crime imputado, embora de ação pública, o ofendido foi absolvido por sentença irrecorrível.

Difamação

Art. 139 - Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação:

Pena - detenção, de três meses a um ano, e multa.

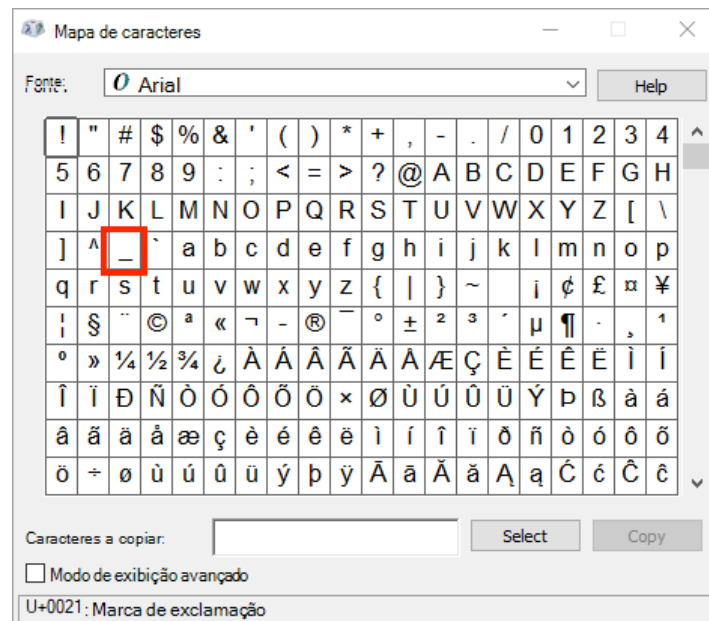
A Cappuccino finaliza seu documento recursal pedindo, então, a desclassificação da **in.Pacto** do certame em andamento:

Diante de todo o exposto, as licitantes **FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.** (proposta 6), **IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL SS.** (proposta 2) e **AGÊNCIA DE INTERATIVIDADE E MARKETING LTDA.** (proposta 5), por terem apresentado suas propostas não identificadas em desacordo com o edital, quebrando o anonimato exigido pela legislação e pela Corte de Contas, acabaram por violar os princípios da legalidade, da impessoalidade, do julgamento objetivo, da igualdade, da vinculação ao edital; da competitividade e do sigilo da proposta, circunstância que atrai a imediata **desclassificação**.

Tais alegações – infundadas e irresponsáveis – dão margem ao entendimento de que as acusações da Cappuccino são, no mínimo, fruto de má fé. A concorrente focou num único ponto (o uso do “subtraço”) justamente por não ter encontrado, em toda a proposta da **in.Pacto**, alguma falha ou erro técnico real e comprovável.

É de conhecimento público e notório que o símbolo “_”, conhecido como underline ou subtraço, é amplamente utilizado em qualquer texto e não faz parte de outro grupo gráfico senão dos caracteres disponíveis por cada fonte, incluindo a Arial, aquela exigida pelo edital. A própria Microsoft (<https://bit.ly/3GkaPqJ>) explica que "o Mapa de Caracteres é um programa integrado ao Microsoft Windows que permite exibir os caracteres disponíveis em uma fonte selecionada", cabendo ressaltar que os caracteres também são aplicáveis em outros sistemas operacionais, com os próprios para iMac ou MacBooks da Apple.

De acordo com a empresa, "usando o Mapa de Caracteres, você pode copiar caracteres individuais ou um grupo de caracteres para a Área de Transferência e colá-los em qualquer programa que possa exibi-los", complementando que "os caracteres são agrupados por fonte". A fonte Arial, assim como outras disponíveis em qualquer computador, tem seu próprio mapa de caracteres, sendo que alguns deles estão disponíveis no próprio teclado que o usuário se dispõe a usar, como o símbolo de porcentagem (%), o símbolo monetário (\$), o caractere “hashtag” (#), o asterisco (*) ou o hífen (-) por exemplo. Todos disponíveis tanto no mapa de caracteres, quanto nos teclados. Geralmente, é possível aplicar o "underline" pressionando as teclas "shift" e "hífen". O mapa de caracteres fornecido pela Microsoft é apresentado a seguir, como mostra de que o “subtraço” faz parte do grupo da fonte Arial.



Como pode ser constatado nesta imagem, os caracteres mesclam-se entre si. É possível verificar que símbolos diferentes fazem parte do mesmo grupo do alfanumérico. Assim, o “subtraço” não é recurso especial, mas elemento proveniente do mapa de caracteres e disponibilizado pelo grupo Arial, que inclui o alfabeto e números de 1 a 0. Não há distinção, portanto, entre um e outro, pois todos estão agrupados em uma única família de fonte: a Arial. Se o “subtraço” fosse exceção à regra, então se pode concluir que qualquer outro caractere que não esteja no alfabeto ou entre os números 1 a 0 seria proibido pelo edital. Afinal, o que vale para um deve valer para todos.

O Anexo III do próprio edital não delimita o uso ou não de caracteres que não sejam os números ou o alfabeto, mas determina o uso da fonte Arial 12. De forma inteligente e justa, o documento não menciona, em qualquer trecho, quais caracteres são ou não permitidos. Fica óbvio, portanto, que a família da fonte Arial (incluindo os caracteres não alfanuméricos) não somente poderia ser utilizada, mas deveria e de maneira imperativa:

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

Ressalta-se que a própria Cappuccino fez uso de caracteres diversos em sua proposta técnica, como era seu direito. Dito isto, ressalte-se que a acusação de que a **in.Pacto**, por ter utilizado o “subtraço”, teria possibilitado a identificação de sua proposta, valeria contra a própria Cappuccino, que fez uso dos caracteres porcentagem (%), barra diagonal (/) e símbolo matemático de “maior que” (>), entre outros. Os recortes a seguir foram feitos ao longo da proposta da concorrente.

Tipo de influenciadores

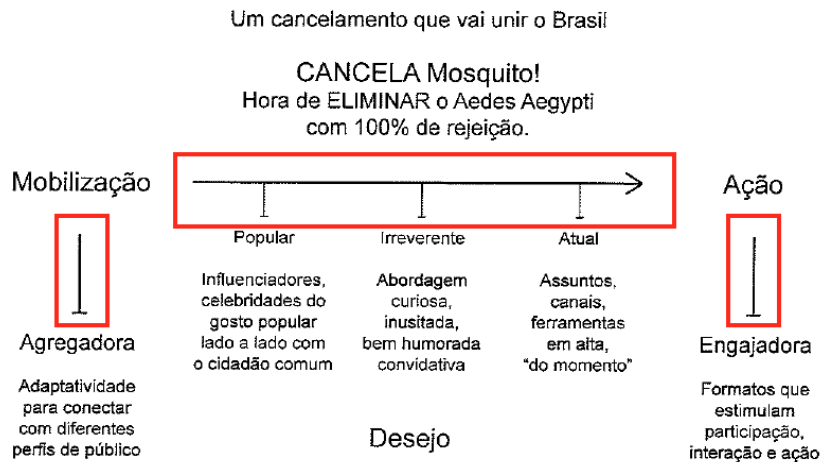
TIPO	SEGUIDORES	DEFINIÇÃO
Nano	1k - 10k	Alto engajamento e conexões locais
Micro	10k - 50k	Contexto de nicho e audiência uniforme
Médio	50k - 100k	Forte relacionamento com comunidades
Macro	100k - 1M	Personalidade famosa na internet, alcance
Mega	> 1M	Celebridade, alto alcance

Definições The Nielsen Company - Estudo Building Better Connections

A região Centro-Oeste apresentou a maior taxa de incidência de Dengue, com 1.054,6 casos/100 mil hab., seguida das Regiões: Sul (539,5 casos/100 mil hab.), Sudeste (234,3 casos/100 mil hab.), Norte (168,3 casos/100 mil hab.) e Nordeste (126,2 casos/100 mil hab.)

Entretanto, base de público não equivale a alcance, isso depende da relação do público com o conteúdo. A melhor resposta de engajamento é no Instagram do MS (1,6%), ou seja, apenas 1,6% da sua base de seguidores no Instagram interagem com os conteúdos que o Ministério publica. Mas existe uma boa notícia: por conta do recurso stories, de vídeos curtos e temporários, o Instagram e o TikTok são as plataformas emergentes, junto com o formato Shorts do YouTube, que estão tendo um crescimento tanto de alcance como de engajamento. No YouTube, o alcance do Ministério é modesto: tem aproximadamente 20 milhões de visualizações mensalmente, para uma oferta enorme de conteúdo próprio.

Por outro lado, cabe à **in.Pacto** registrar que quem desrespeitou as exigências do edital foi a Cappuccino. Na página 8 de sua proposta, a concorrente apresentou imagem com linhas e setas, quando o edital permitia a apresentação de somente – e tão somente – “gráficos, quadros, tabelas ou planilhas”. Claramente, a empresa ignorou as exigências editalícias.



E há um erro ainda mais grave a ser apontado. No seu Plano de Implementação, quando apresenta o "orçamento total da campanha", a Cappuccino exibe tabela com fonte que não parece não ser da família Arial – e, ainda que o fosse, está "condensada", recurso não permitido pelo edital e que tem como intuito diminuir o espaçamento entre caracteres para ganho de espaço no texto. Cabe à Cappuccino, portanto, comprovar que fez o uso correto da fonte Arial entre os tamanhos 8 e 12 em todo a proposta.

Mas, antes mesmo dessa eventual comprovação, a **in.Pacto** se antecipou e checkou a proposta da Cappuccino, via Adobe Acrobat. A conclusão é de que a referida concorrente descumpriu com o que é determinado pelo edital. Os recortes a seguir mostram as falhas:

Baixa	12	R\$ 2.00
Média	6	R\$ 5.15
Alta	3	R\$ 7.70
Baixa	12	R\$ 1.35
Média	6	R\$ 2.55
Alta	3	R\$ 4.61

N°	Produto / Serviço	Complexidade	Quantidade Estimada	Un
1.	Design			
1.1.1	Criação e produção de ícone	N/A	80	R\$ 20
1.1.2	a) Adaptação ou replicação de tela	Baixa	10	R\$ 60
1.1.2	b) Adaptação ou replicação de tela	Média	10	R\$ 1.14
1.1.2	c) Adaptação ou replicação de tela	Alta	10	R\$ 1.83
1.1.3	a) Elemento gráfico para propriedade digital	Baixa	10	R\$ 1.18
1.1.3	b) Elemento gráfico para propriedade digital	Média	10	R\$ 2.20

N°	Produto / Serviço	Complexidade	Quantidade Estimada	Un
1.	Design			
1.1.1	Criação e produção de ícone	N/A	80	R\$ 20

Diante de tantas comprovações de que os recursos da Cappuccino contra a **in.Pacto** são infundados e irresponsáveis, e de que ela, sim, descumpriu exigências do edital, é possível concluir que a concorrente acusa por acusar, busca na legislação sustentação para aquilo que não consegue (e sabe que não consegue) provar, e faz isso justamente por não ter encontrado nem um erro ou falha real na proposta da **in.Pacto**.

A Cappuccino, pois, faz acusações graves contra a in.Pacto, beirando o absurdo ao alegar que o orçamento proposto é inexecutável e ao trazer à luz o código penal, com o intuito puro e simples de insultar e desqualificar esta recorrente, em texto recheado de calúnias e difamações. Ora, a in.Pacto respeitou todas as normas editalícias, diferentemente da Cappuccino, que utilizou recursos não permitidos pelo edital. Pela gravidade das acusações e infundados argumentos, a in.Pacto solicita a imediata desclassificação da concorrente que tenta, a qualquer custo, tumultuar o processo licitatório.

VI – DO MÉRITO – DA LEGITIMIDADE DO PROCESSO LICITATÓRIO

Em suas razões recursais, as empresas recorrentes alegaram, em suma, que houve suposta quebra do sigilo do julgamento das propostas, sem comprovar qualquer ato de publicidade deste julgamento – o qual só foi informado justamente na Terceira Sessão, em completa conformidade com o Edital, conforme já adiantado.

Além dos dispositivos legais traçados anteriormente, cumpre tratar do Edital, especificamente em seu item 17.4:

17.4 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, caput, da Lei 8.666/1993.

Contudo, cumpre frisar que esse trecho é trazido à baila por mera homenagem à eventualidade, tendo em vista que todas as formalidades do edital foram seguidas à risca. Entretanto, caso assim não se entenda, está claro que não houve qualquer prejuízo a qualquer concorrente, tendo em vista que a abertura do invólucro identificável e a apresentação das notas técnicas ocorreram na mesma sessão, não sendo identificada qualquer publicação anterior, ao contrário do que alegam os recorrentes – sem qualquer prova.

O anonimato e o julgamento objetivo foram mantidos, à medida que o julgamento pela subcomissão ocorreu sem qualquer identificação das propostas concorrentes, tendo sido divulgado apenas quando da solenidade da Terceira Sessão.

Outrossim, além das Leis de Licitação estarem sendo cumpridas à risca, a Lei específica de licitação para contratação de serviços de publicidade também foi integralmente obedecida, **que é utilizada de forma subsidiária ao procedimento em testilha.**

As partes recorrentes alegam mácula ao seu artigo 11, principalmente, subvertendo a letra da Lei ao seu bel prazer, para o fim único de direcionar o resultado da concorrência.

Veja-se o texto do referenciado artigo, com destaques:

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de

recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo “melhor técnica”, e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo “técnica e preço”;

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inhabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei.

Assim, até o momento foram cumpridas todas as formalidades até o item VIII do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/2010.

Tanto os invólucros contendo as vias não identificadas, como os invólucros contendo a via identificada foram abertos em sessões públicas e – frisa-se desde já – em sessões diferentes, sem qualquer violação à Lei ou ao Edital, eis que o artigo não impõe uma ordem específica, como ocorreu até então.

Posteriormente, houve o devido encaminhamento das propostas à subcomissão para a devida análise e julgamento, tendo ocorrido de forma individualizada, conforme planilhas constantes no processo e devidamente divulgadas – enviadas à comissão com as devidas justificativas da subcomissão.

Após, foi realizada a sessão pública para apuração do resultado geral, com a abertura do invólucro com a via identificada, o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas, para identificação da autoria e a divulgação das pontuações atribuídas com a elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta! Fato é que, de toda forma, não houve identificação das licitantes e suas

respectivas notas antes da sessão presencial ocorrida em 22 de dezembro de 2022. A identificação das concorrentes e suas pontuações foram apresentados na presença dos representantes das agências, de forma transparente e legal.

A **in.Pacto**, mesmo naqueles certames nos quais não sai vencedora, respeita e confia na lisura dos processos licitatórios legais. Agora não seria diferente. Não há qualquer comprovação de que houve identificação das propostas ou das licitantes antes da sessão presencial, tanto é que se pode verificar em vídeo gravado quando ocorreu a sessão, mostrando que todas as licitantes – reitera-se: TODAS – concordaram com o devido andamento do processo.

Veja-se que a Comissão não seguiu apenas o Edital, mas também a Lei, a qual serviu de verdadeiro espelho para a elaboração do Edital e para o procedimento licitatório como um todo.

Veja-se a planilha comparativa:

Lei 12.232/2010, art. 11, § 4º	Edital 66/2022
I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;	20.2 e) abrir os Invólucros nº 1, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada; 20.3 c) abrir e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 4 das licitantes habilitadas; 20.5 b) abrir os Invólucros nº 3 das licitantes habilitadas;
II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;	20.4 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei; IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório; VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;	Especial de Licitação na segunda sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos: a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, de todos os Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria; b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital; c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 2; d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 2, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de
---	--

	Comunicação Digital) das licitantes habilitadas; e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes habilitadas, de acordo com os critérios especificados neste Edital; f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 4.
VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos: a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária; b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria; c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica; d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica,	20.5 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 2 e nº 4, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica: a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; b) abrir os Invólucros nº 3 das licitantes habilitadas; c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 3 (Plano de Comunicação Digital - Via

registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;	Identificada) das licitantes habilitadas, com os conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), para identificação de autoria; d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Digital que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas; e) proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;
VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea <i>b</i> do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;	20.5 g) informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 18, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19 deste Edital.

Dessa forma, os recursos se demonstram completamente contraditórios! Alegam violação ao instrumento editalício e à Lei, sendo que tudo foi cumprido à risca, conforme exhaustivamente demonstrado acima.

A contradição é inequívoca. Em um dos recursos, a recorrente chega a alegar que apenas as duas primeiras colocadas não se manifestaram em relação ao caso. Ora, o raciocínio reverso é o mesmo! Apenas quem não obteve pontuação para atingir a contratação que se insurgiu contra o procedimento!

Para finalizar, toma-se por analogia o artigo 4º da Lei 9.784/99 e o artigo 373, do Código de Processo Civil, quanto ao ônus probatório:

Art. 4º São deveres do administrado perante a Administração, sem prejuízo de outros previstos em ato normativo:

I - expor os fatos conforme a verdade;

II - proceder com lealdade, urbanidade e boa-fé;

III - não agir de modo temerário;

IV - prestar as informações que lhe forem solicitadas e colaborar para o esclarecimento dos fatos.

Art. 373. O ônus da prova incumbe:

I - ao autor, quanto ao fato constitutivo de seu direito;

Contudo, as recorrentes alegam sem comprovar. Até porque, a verdade dos fatos é evidente e pública, ao longo de todo o certame. Às recorrentes cabia comprovar o que alegam, mas não o fazem, devendo ser completamente desconsiderados seus argumentos quanto à argumentação de ausência de lisura ou sigilo do certame, por simples ausência de comprovação.

Alegar e não provar é o mesmo que nada alegar.

Por tudo exposto, os recursos não merecem qualquer guarida, devendo ser mantido certame e a classificação estabelecida no resultado publicado – devendo ser reformada apenas no que diz respeito ao recurso desta Recorrida, já interposto.

VII – DA CONCLUSÃO

Por todo exposto requer que sejam **DESPROVIDOS OS RECURSOS interpostos por CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VÍDEO, CONTEÚDO E WEB EIRELI – CLARA DIGITAL; CAPPUCCINO ESCRITÓRIO DE DESENHO LTDA.; BRVIACOM**

COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. - BRIVIA; AGÊNCIA DE INTERATIVIDADE E MARKETING LTDA – I-MARKETING.

Em tempo, requer a licitante **in.Pacto Comunicação** o provimento do seu recurso administrativo.

Além disso, pela gravidade das acusações e infundados argumentos, a **in.Pacto** solicita a imediata desclassificação da licitante Cappuccino, que tenta ludibriar a Comissão e tumultuar o processo licitatório.

As alegações das concorrentes carecem de fundamentos e devem ser sopesadas após julgamento recursal. Deve ser mantida, assim, a classificação final já publicada.

Nesses termos pede deferimento
Brasília/DF, 09 de janeiro de 2023.

in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S
CNPJ nº 26.428.219/0001-80
Vitor Pacheco da Costa Fortes
Representante Legal