DOCUMENTO RECEBIDO
EM 08 NOV. 2024
Às 15:40h
Gestão Documental/Sesc-DF

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO SESC-AR/DF RESPONSÁVEL PELA CONCORRÊNCIA Nº 04/2024

ILUSTRÍSSIMOS SENHORES MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DESIGNADA PARA A CONCORRÊNCIA Nº 04/2024 DO SESC-AR/DF

Ref.: - Concorrência n° 04/2024

CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VÍDEO, CONTEÚDO E WEB LTDA, doravante denominada CLARA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n° 07.660.888/0001-38, com sede no setor ST SHIN CA 01, Lote A ,Bloco A, Sala 438, 4° andar, Lago Norte, Brasília-DF, CEP: 71503-501, neste ato representada por sua representante legal, a senhora Cláudia Gomes Chaves, CPF N°800.503.526-87 e portadora da CNH n° 04200969527 seus advogados (com instrumento de mandato em anexo), , vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, apresentar as presentes

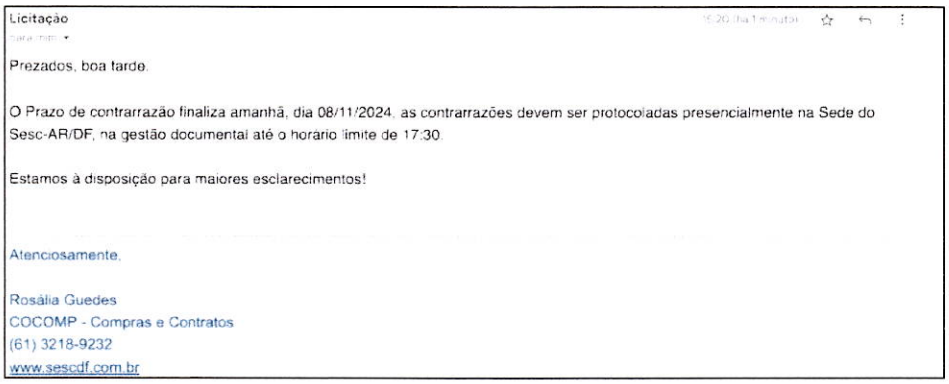
CONTRARRAZÕES

em face do Recurso Administrativo interposto em face da decisão de julgamento e pontuação técnica atribuída para as Concorrente pela licitante ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA – EIRELI, doravante denominada Icom, o qual não pode – de forma alguma – ser provido, consoante as razões fático-jurídicas agora delineadas.

I – DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE

O Cabimento e a tempestividade das presentes Contrarrazões são regulados, por correlação, pelo subitem 13.2 do edital da Concorrência, que estabelece o prazo de 2 (dois) dias úteis contados da disponibilização da documentação para a interposição de recursos administrativos e observada a determinação de que deve "*o original ser protocolado na Coordenação de Compras e Contratos – Cocomp-Gestão Documental (ramal 9194), entre 9h e 17h30*", de forma que – para a garantia da isonomia – as Contrarrazões ao recurso devem ser apresentadas sob mesmo critério.

Dessa maneira, considerando que a divulgação do recurso administrativo da ICOM se deu em 06/011/2024, observa-se que o prazo para a apresentação das presentes contrarrazões se estende até 17h30 do dia 08/11/2024. A corroborar essa posição, manifestação da Comissão:


Licitação

Prezados, boa tarde.

O Prazo de contrarrazão finaliza amanhã, dia 08/11/2024, as contrarrazões devem ser protocoladas presencialmente na Sede do Sesc-AR/DF, na gestão documental até o horario limite de 17:30.

Estamos à disposição para maiores esclarecimentos!

Atenciosamente,

Rosália Guedes
COCOMP - Compras e Contratos
(61) 3218-9232
www.sescdf.com.br

Isto posto, considerando que a interposição do presente recurso ocorre antes das 17h30 do dia 08/11/2024, plenamente tempestiva a presente defesa.

II - DA SÍNTESE DOS FATOS

As presentes Contrarrazões retratam os autos da Concorrência N° 04/2024 do Serviço Social do Comércio – Administração Regional do Distrito Federal (Sesc-AR/DF) para a contratação de 1 (uma) agência de Comunicação Digital para a instituição, sendo o objeto:

2. DO OBJETO 2.1.

A presente licitação tem por objeto a contratação de empresa especializada em comunicação para prestação, sob demanda, de serviços e soluções de comunicação digital visando atender às necessidades do Serviço Social do Comércio – Administração Regional do Distrito Federal (Sesc-AR/DF).

Ademais, importante frisar que a presente Concorrência possui como critério de julgamento a Melhor Técnica e Peço.

Com a publicação do edital do processo licitatório teve início a fase externa da licitação ora em voga, momento em que a ora recorrida iniciou a montagem de toda sua documentação nos exatos contornos do Edital do certame.

Assim sendo, em 17 de setembro de 2024 ocorreu a realização da primeira sessão da Concorrência, oportunidade em que as licitantes entregaram os seus Invólucros A, B, C, D, E, F.

Recebidos os documentos, procedeu-se a abertura e julgamento da documentação de habilitação das Concorrentes, sendo publicado resultado que concluiu pela habilitação da licitante Clara Serviços Integrados e pela necessidade de realização de diligências para a obtenção de documentação complementar junto à ICOMUNICAÇÃO, que – após a apresentação de documentos complementares – veio a ser habilitada.

Em seguida, foi realizada em 8 de outubro de 2024 a segunda sessão da concorrência, oportunidade em que foram abertos os envelopes "A" e "D" e rubricadas as respectivas páginas, com posterior encaminhamento para a Subcomissão Técnica dos Envelopes A (Plano de Comunicação Digital– Via Não Identificada) e D (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital), para que se procedesse a sua avaliação e atribuição de pontuação.

Tendo a Subcomissão Técnica atribuído pontuação aos Planos de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento + Relatos de Soluções de Comunicação Digital, foi divulgada em sítio oficial a respectiva pontuação (ainda mantida a apocrificidade dos Planos de Comunicação) no dia 25 de outubro de 2024.

Em 31 de outubro de 2024 reuniu-se a a Comissão Especial de licitação para a realização do cotejo dos Planos de Comunicação e identificação de cada uma das propostas, concluindo-se que a empresa "A" correspondia à ICOMUNICAÇÃO e a empresa "B" à Clara Serviços Integrados. Assim sendo, concluiu-se que a **licitante vencedora do julgamento das Propostas Técnicas era a Clara Serviços Integrados (empresa "B"), com Pontuação Técnica de 65,2 pontos; enquanto a segunda colocada, a Icomunicação (empresa "A"), recebeu Pontuação Técnica de 55 pontos.**

Irresignada com o fato de não ter recebido a maior pontuação na Concorrência, ficando 10,2 pontos abaixo da vencedora Clara, a licitante Icomunicação interpôs recurso administrativo em que requer – de maneira absolutamente indevida e sem qualquer fundamentação – a redução de pontuação da Clara e o aumento de sua pontuação no certame.

O Recurso Administrativo interposto pela <u>Icomunicação é triste epítome</u> do espírito que a guia nesta Concorrência, pois – travestindo-se de protetora da legalidade – comete uma série de atentados não somente contra a Clara Serviços Integrados, mas especialmente contra a Subcomissão Técnica e contra a Comissão Especial de Licitação, pretendendo fazer as vezes destas e depreciando o excepcional trabalho por elas realizado na condução do certame.

III - DA IRRESIGNAÇÃO ÀS ALEGAÇÕES DA ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA

Muito sinteticamente, a Icomunicação apresentou recurso administrativo marcado por clara <u>tentativa de fazer as vezes da Subcomissão Técnica, depreciando o perfeito julgamento por ela levado a efeito, e buscando a redução da pontuação atribuída à Proposta Técnica da licitante Clara Digital e o aumento da pontuação atribuída à Proposta da Icom.</u>

É peculiar a arrogância da licitante Icom, que, apesar ter recebido 10 pontos a menos que a recorrida, tenta desesperadamente desqualificar a Proposta da licitante vencedora. Não bastassem os ataques à Licitante, Clara **a recorrente Icom ataca de igual maneira, quiçá mais ferozmente, a Eminente Subcomissão Técnica desta Concorrência**, alegando – ainda que implicitamente quando consideram a existência de erro na apreciação levada a efeito pela Subcomissão – que estão a agir com base em premissas falsas e que desconhecem os critérios de avaliação estabelecidos pelo edital, de maneira que – ao que parece – **pretende a Icom**

assumir o papel da Subcomissão em seu Julgamento, julgamento este que é – como veremos – definitivo.

<u>III.1. Da alegação da Icomunicação em relação a suposto erro na forma do julgamento realizado pela Subcomissão Técnica da Concorrência.</u>

Em primeiro lugar, e já denotando a conduta desrespeitosa que guiou a recorrente na elaboração de seu Recurso Administrativo, a Icomunicação alega que deixou a Subcomissão Técnica da Concorrência de observar as disposições editalícias a respeito da forma de julgamento das propostas.

Segundo alega, estaria incorreta a apresentação de resultado final com nota coletiva, ou seja, nota final acordada pelos integrantes da Subcomissão Técnica. Em sua percepção, apartada das determinações editalícias, deveriam ter sido apresentadas notas individuais de cada um dos membros da Subcomissão Técnica, transcrevendo trecho desconectado do edital em clara tentativa de induzir esta Comissão ao erro.

Diferente do que alega, o Edital da presente Concorrência é bastante claro em apontar que:

> "9.4. A nota do quesito corresponderá à nota debatida e acordada por todos os membros da Subcomissão Técnica. A nota total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos."

Ou seja, o edital da concorrência, que entabula as regras a serem observadas na Concorrência por cada licitante e pela Administração, é claro em apontar que a nota de cada quesito será FRUTO DE ACORDO realizado por todos os membros da Subcomissão Técnica da Concorrência.

Assim, diversamente do que pretende a recorrente, a divulgação das notas foi realizada integralmente de acordo com a disposição editalícia, tendo – conforme comprova a ata da sessão da Subcomissão – os membros julgadores se reunido, discutido as propostas técnicas apresentadas e chegado a acordo em relação às notas a serem atribuídas, respeitando de maneira integral a determinação do Edital da Licitação.

Naturalmente, o debate e acordo entre os membros da Subcomissão pressupõe análise individual de cada um dos membros a respeito das propostas, o que foi efetivamente realizado. Ora, a realização de um acordo pressupõe a existência de posicionamentos inicialmente distintos e, após o debate amadurecido, a sua realização.

Ou seja, apesar de ter a Subcomissão se desincumbido do ônus a ela atribuído pelo edital, de lançar a nota fruto do acordo de seus membros, é nítido também que foi feita - antes da entabulação do acordo - a discussão sobre o tema, com ponderações de cada um dos membros a respeito das notas que entendiam cabíveis.

Como se observa, a busca da licitante pelo "respeito ao edital" não passa de maquiagem utilizada por ela para diretamente afrontá-lo. **Assim sendo, não assiste razão à recorrente, que elabora malabarismo argumentativo em tentativa de ludibriar Vossas Senhorias a respeito das determinações do edital, sendo necessário o desprovimento de seu recurso já sob este ponto.**

III.2. Da alegação da Icomunicação em relação a suposta falha da Subcomissão Técnica na análise e julgamento do Subquesito 1 (Relação dos Principais Clientes) de seu Quesito Capacidade de Atendimento.

De acordo com a Icom, estaria equivocado o julgamento realizado pela Subcomissão Técnica quanto ao Subquesito 1 (Relação dos Principais Clientes) de seu Quesito Capacidade de Atendimento (para o qual foi atribuída a nota de 0,5 pontos de 1 ponto possível), discordando do entendimento firmado pelos Eminentes julgadores de que teria deixado de cumprir requisitos editalícios essenciais, especialmente pelo fato de não ter apresentado, no âmbito dos Atestados comprobatórios exigidos para a Capacidade de Atendimento, os cases de campanhas realizadas para os clientes.

Sobre o assunto, a Icomunicação alega: "em relação aos cases que deveriam ser apresentados, tal necessidade não consta do rol de critérios a serem analisados pela Subcomissão técnica para pontuação [...]".

Entretanto, a afirmação da recorrente encontra-se absolutamente equivocada e não possui NENHUM respaldo técnico no edital, conquanto apresentação dos cases é exigência formal do edital em relação ao conteúdo dos atestados a serem apresentados no Quesito Capacidade de Atendimento, constando expressamente do item 1.4.3.1.2. do Anexo II do Edital (Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas), *in verbis*:

> 1.4.3.1.1 **SUBQUESITO I – RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES até 1 (um) ponto** - a licitante deverá apresentar atestados de prestação de serviços de até 5 (cinco) clientes.
>
> 1.4.3.1.2 A comprovação do serviço prestado aos clientes referente ao subquesito I, será efetuada por atestado de prestação de serviços emitido pelo cliente, em documento original, informando ser ou ter sido cliente da licitante por, no mínimo, 12 (doze) meses consecutivos. O mencionado atestado deve fornecer informações detalhadas sobre as soluções de comunicação digital desenvolvidas, especificando o momento inicial do atendimento, delineando claramente o escopo do contrato e enumerando os serviços e produtos oferecidos **com os cases inerentes dos seus principais clientes, com o devido período de atendimento.**

O edital, portanto, é claro em determinar a apresentação dos respectivos cases no âmbito dos atestados da Capacidade de Atendimento, sendo óbvio que a não apresentação do requisito acarreta a redução da nota atribuída ao concorrente.

Quanto a aplicação da exigência aos critérios da Subcomissão, observa-se que dentre os critérios se encontra a **relevância das atribuições específicas da agência durante o período de execução do contrato objeto do atestado apresentado.**

Ora senhores, é evidente que os serviços de comunicação digital são compostos por atividades de natureza predominante e eminentemente intelectual e criativa, de maneira que a aferição da relevância dos serviços prestados não se dá somente pela análise de uma lista de produtos e serviços, mas depende efetivamente da análise da QUALIDADE dos serviços prestados, ou seja, das peças e campanhas realizadas.

Assim, inconteste que para a análise da relevância dos serviços era imprescindível a apresentação dos cases, conquanto figuram como único meio para aferir a qualidade criativa da agência.

Mais uma vez a Icomunicação tenta induzir Vossas Senhorias ao erro em nítido desvirtuamento do edital, entretanto, sua tentativa não prospera, estando demonstrado de forma definitiva que não somente foi estabelecida a exigência de apresentação dos cases no âmbito dos atestados do Quesito Capacidade de Atendimento (constando expressamente do item 1.4.3.1.2. do Anexo II do Edital - Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas) , como também está açambarcada nas balizas de julgamento do Quesito, em que consta expressamente a análise da "relevância das atribuições específicas da agência durante o período" contratual (item 2.8.2.1.a. do Anexo II do Edital - Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas), análise esta que somente pode ser realizada com base nos cases exigidos nos referidos atestado.

Isto posto, o julgamento realizado pela Subcomissão Técnica em relação ao quesito foi absolutamente acertado, de maneira que licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida acima combatidas, mantendo-se a nota de 0,5 pontos atribuída ao Subquesito I da Capacidade de Atendimento, o que agora se requer.**

III.3. Da alegação da Icomunicação em relação ao suposto erro da Subcomissão Técnica na análise e julgamento do Quesito Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

Em relação ao Quesito Relatos de Soluções de Comunicações Digital da Icom, a Subcomissão Técnica atribuiu 5 pontos para a Concorrente e fundamentou a pontuação atribuída nos seguintes termos:

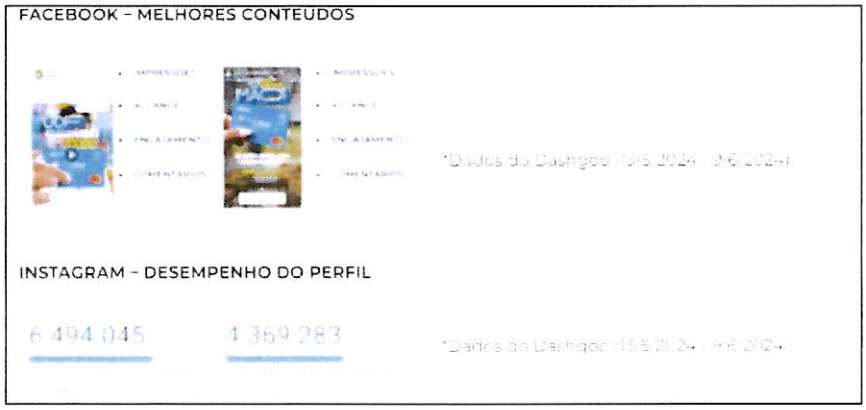
> Análise da Empresa Icomunicação
>
> A empresa Icomunicação em relação a esse subquesito apresentou 05 (cinco) relatos atendendo o quantitativo de páginas com soluções realizadas no período de 03 (três) anos anteriores à realização do certame todavia foram apresentados relatos sem soluções ou resultados claros vinculados às ações da empresa para superar os desafios de comunicação do cliente em questão foram apresentadas peças no meio do texto, excedendo o total de 03 peças e/ou ações realizadas por relato foi percebida falta de nitidez em algumas peças apresentadas e capacidade de leitura não preservada
>
> Foi acordado entre os membros da subcomissão técnica a pontuação de 5 para esse subquesito

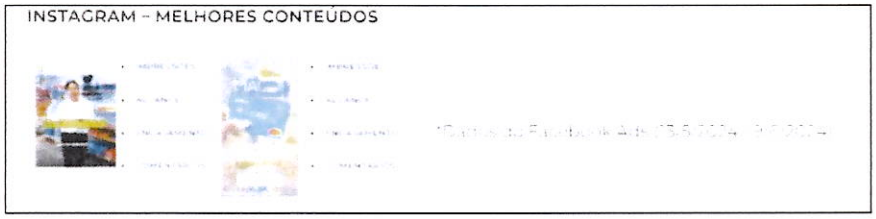
Dessa forma, observa-se que a concorrente apresentou relatos que – no perfeito entender da Subcomissão – não permitiram uma análise clara da vinculação entre solução proposta e resultados apresentados, bem como excedeu, em alguns relatos, o número de peças permitidos pelo Edital para cada relato (3 peças por relato).

Irresignada com as constatações da Subcomissão, a licitante Icom pretende em seu recurso fazer as vezes dos julgadores, imiscuindo-se em análise subjetiva que tão somente pertence aos membros da Subcomissão; e, ainda, sem negar ter apresentado número maior de peças por relato do que o permitido, distorce os documentos de Relatos apresentados pela Clara para tentar induzir Vossas Senhorias ao erro e para fazer parecer que a ora recorrida também teria excedido o número de peças permitidas pelo edital para cada relato.

Em relação aos Relatos apresentados pela clara, especificamente quanto ao relato "Cartão Material Escolar – GDF", a licitante Icom sustenta que além das 3 peças apresentadas teriam sido apresentadas outras peças no bojo do texto, alegação que não se sustenta e possui como único objetivo "passar maquiagem" no crasso erro cometido pela recorrente, que, como veremos, apresentou número de peças muito maior ao permitido para os relatos.

Segundo a recorrente, consistiriam novas peças as seguintes imagens constantes do Relato "Cartão Material Escolar – GDF" da Clara:





Ilustre Subcomissão Técnica, o que se observa das imagens acima é que a Clara, optou por apresentar os dados de resultado de seus relatos de forma mais visual e com a utilização de recursos gráficos para maior compreensão das informações técnicas apresentadas. Assim, não foram apresentadas novas peças, mas tão somente foram os dados apresentados em conjunto imagético garantidor de melhor compreensão e visualmente mais atraente.

Ainda é interessante notar que as imagens que acompanham os dados correspondem exatamente às capas das 3 peças apresentadas em anexo, de maneira a deixar especificado para a Ilustre Subcomissão Técnica, além dos impactos gerais, os impactos e resultados alcançados com a divulgação e publicação de cada uma das peças apresentadas como exemplo dos relatos.

Dessa forma, **um simples comparativo entre as peças apresentadas pela Clara em anexo e os dados imagéticos trazidos no corpo do relato leva a conclusão de se tratarem das MESMAS IMAGENS E PEÇAS, ou seja, inexistindo margem para o acolhimento da alegação da recorrente de que teria a Clara Excedido o número de peças.**

Entretanto, quando se observam os relatos apresentados pela ICOM, especialmente os relatos atinentes ao Conselho Federal de Medicina e o relato "Jovem Candango", observa-se a apresentação de número de peças MUITO superior ao limite editalício, tendo sido apresentadas nesses relatos 8 e 5 peças, respectivamente.

Para que inexista dúvida em relação a apresentação de número de peças muito superior ao limite de 3, vejamos cada uma das peças constantes dos Relatos da Icom.

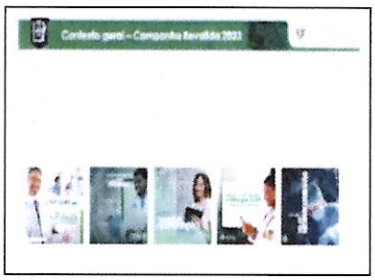
Quanto ao Relato do Conselho Federal de Medicina, apresentadas foram as seguintes peças:

Peça 01:

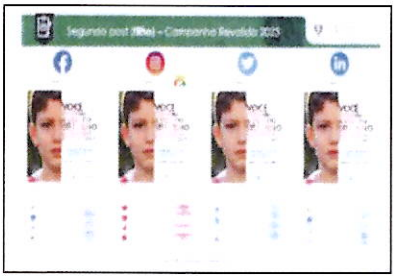
Peça 02:

Peça 03:

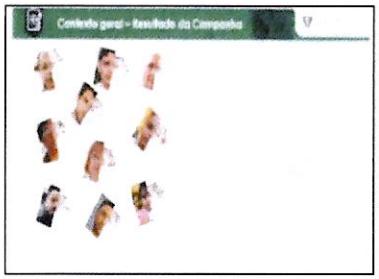
Peça 04:



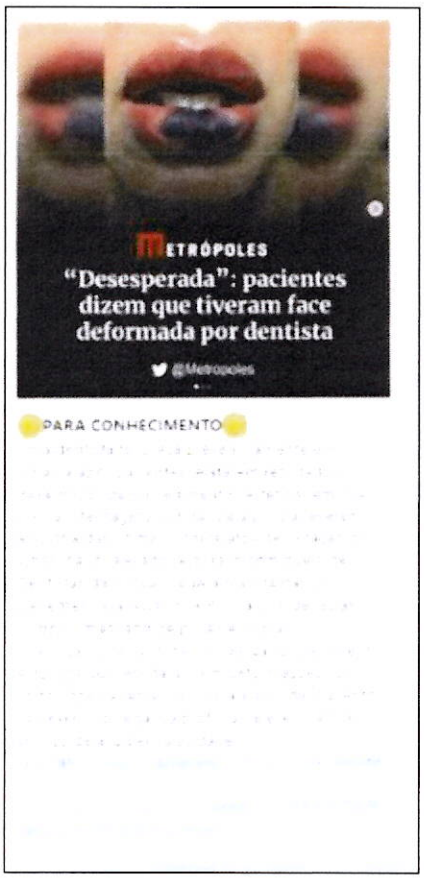
Peça 05:



Peça 06:



Peça 07:

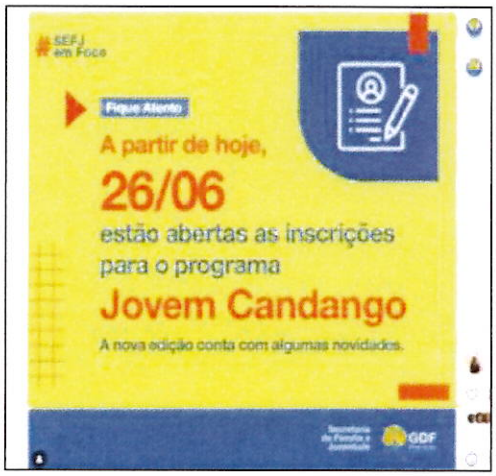


Peça 08:

Ou seja, relativamente ao Relato do Conselho Federal de Medicina, sobeja evidente a apresentação de 5 peças além do número máximo permitido.

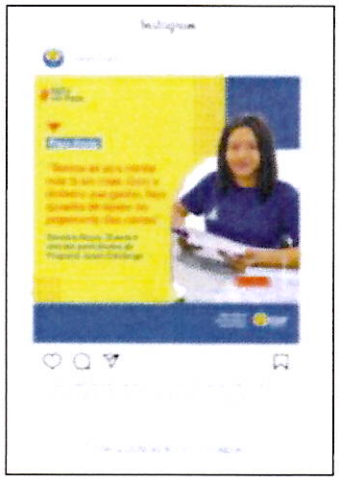
No que tange ao Relato "Jovem Candango", foram apresentadas as seguintes peças pela ICOM:

Peça 01:



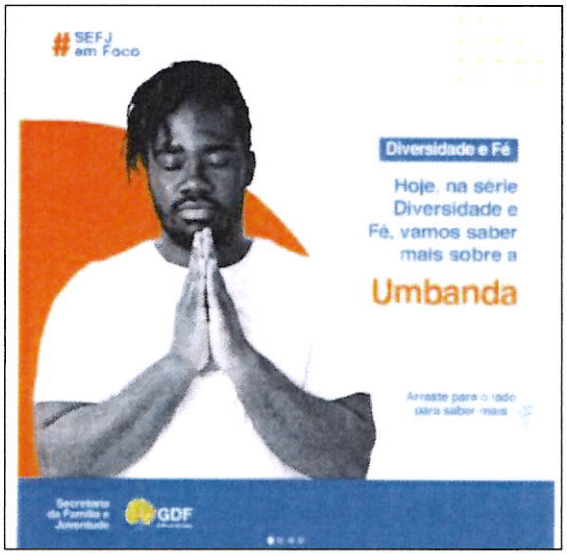
Peça 02:

Peça 03:



Peça 04:

Peça 05:



Ou seja, relativamente ao Relato do "Jovem Candango", sobeja evidente a apresentação de 2 peças além do número máximo permitido.

Nessa toada, caem por terra as alegações da Icomunicação Integrada e fica também demonstrada a sua má-fé, na medida em que para maquiar erro efetivamente por ela cometido, como acima demonstrado, desmerece a Proposta Técnica apresentada pela Clara Digital afirmando que teria também a ora recorrida excedido o número de peças apresentado, alegação esta que não corresponde com a realidade do Caderno de Relatos da Clara, conforme minuciosamente demonstrado.

Não bastasse a tentativa de induzir esta Eminente Subcomissão Técnica ao erro em relação aos Relatos de Soluções de Comunicação Digital das Concorrentes, a Recorrente também desrespeita Vossas Senhorias ao tentar se imiscuir no julgamento subjetivo a respeito da vinculação entre os resultados de cada relato e as ações propostas pela empresa em cada Relato.

A postura da Icom é clara: pretende excluir a Subcomissão Técnica do certame e assumir a sua posição, tornando-se ela própria a julgadora das Propostas Técnicas.

É fato sabido e notório que a competência para o julgamento das Propostas Técnicas é de exclusiva responsabilidade da Subcomissão Técnica, que possui a palavra final em relação ao conteúdo técnico apresentado por cada uma das licitantes. Nessa linha, o julgamento realizado não se limita ao "preto no branco", ao "preenchimento de caixinhas", mas perpassa análise subjetiva dos membros da Subcomissão a respeito de cada item apresentado.

Ou seja, a interpretação subjetiva da Subcomissão há de imperar, podendo apenas se revista quando demonstrada violações objetivas ao Edital (e tão somente em relação aos Quesitos identificados da Proposta Técnica), o que não é o caso dos autos, na medida em que se trata de análise técnica a respeito da correlação existente entre as soluções propostas e os resultados alcançados.

Ademais, a argumentação da recorrente a respeito do tema é pueril, limitando-se a reprisar trechos já constantes dos Relatos e que levaram justamente ao entendimento de inexistência de relação entre soluções propostas e resultados nos Relatos apresentados pela

Icomunicação Integrada, razão pela qual deve prevalecer o integral entendimento da Subcomissão em mais este ponto.

Portanto, conclui-se que o julgamento realizado pela Subcomissão Técnica em relação ao quesito foi absolutamente acertado, de maneira que licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida acima combatidas, seja em relação ao excesso do número de peças ou em relação aos resultados dos relatos, mantendo-se a nota de 5 pontos atribuída ao Quesito Relatos de Soluções de Comunicação Digital Icom, bem como a nota de 10 pontos atribuída para a Clara no mesmo quesito, o que agora se requer.**

IIII.4. Da tentativa da Icom de alterar as pontuações atribuídas ao seu Plano de Comunicação (para mais) e ao Plano de Comunicação da Clara (para menos).

Conforme se observa do segundo tópico do recurso da Icomunicação, pretende a recorrente – por entender ser o julgamento dos Planos de Comunicação das licitantes inapropriado – fazer as vezes da Subcomissão Técnica da Concorrência em tentativa de reduzir a pontuação atribuída à Clara e aumentar a pontuação para ela atribuída.

O recurso interposto denota o t**otal desrespeito da agência Icom à Subcomissão Técnica**, ao julgar incorreto o seu entendimento técnico; e também desmerecedor da Proposta Técnica da licitante recorrida, ao utilizar a sua própria Proposta Técnica como padrão de excelência de Plano de Comunicação, apesar de não ter logrado êxito em sagrar-se vencedora.

Além de não ter apresentado sequer um fundamento que demonstre a desqualificação do Plano de Comunicação da ora recorrida, razão que ensejará o desprovimento do pleito, o recurso não pode sequer ser conhecido neste ponto, isto porque os julgamentos da Subcomissão Técnica em relação aos Planos de Comunicação Apócrifos são definitivos e irrecorríveis, ante a necessidade de serem julgados de maneira não identificada, conforme agora se verá.

A) Da impossibilidade de rejulgamento do Plano de Comunicação Digital. Definitividade do julgamento da Subcomissão Técnica. Necessidade de julgamento apócrifo das propostas – Lei 12.232/2010. Impossibilidade de conhecimento do recurso nesse ponto.

A lei 12.1232, editada e publicada no ano de 2010, possui como objeto a disposição, conforme seu artigo 1° aponta, de *"normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios."*

Assim, quando se está a falar de licitações e contratos administrativos que possuam como objeto a contratação de agências de propaganda para os serviços de publicidade governamental, como no presente caso, sempre há que se observar as especificidades e as disposições do diploma regente apontado.

Apesar de a partir de 2010 com a publicação da Lei 12.232/2010 ter ficado clara a obrigatoriedade de adoção da modalidade concorrência sob os critérios de julgamento "melhor técnica" ou técnica e preço" para as contratações de publicidade, com o passar dos anos e o advento das novas tecnologias, surge uma lacuna normativa a respeito da aplicabilidade, ou não, da mencionada Lei para a contratação do que viria a ser chamado de agência de comunicação digital.

Ou seja, pelo fato de a Lei 12.232/2010 não ter inicialmente previsto a sua aplicabilidade aos *"serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional"*, ainda era questionável a sua aplicabilidade às Contratações de Comunicação Digital.

Com o avanço das discussões sobre o assunto, o Tribunal de Contas da União, no Acórdão N° 6.227/2016, de relatoria do Ministro André de Carvalho, da 2ª Câmara do Tribunal de Contas da União, reconheceu, em relação aos serviços de Comunicação Digital, a *"predominância do caráter intelectual e criativo na execução dos serviços, afastado o seu enquadramento na*

definição de serviços comuns" (raciocínio este que afastava a possibilidade de adoção da modalidade licitatória pregão, conquanto unicamente aplicável para serviços comuns).

Na mesma ocasião, o Tribunal de Contas da União recomendou *"à Secretaria de Comunicação da Presidência da República, que avalie a possibilidade de adoção de boas práticas, a exemplo daquelas previstas na Lei 12.232/2010 (não identificação das propostas técnicas e subcomissão técnica composta por membros sorteados e instituída exclusivamente para avaliar as propostas técnicas), para os processos de contratação de serviços de comunicação digital e oriente os órgãos e entidades do Sicom no sentido de incorporar as boas práticas mapeadas."*

Já no ano de 2022, o Congresso Nacional aprovou a Lei n° 14.356, que alterou a Lei 12.232/2010, que passou a dispor a respeito dos serviços de Comunicação Institucional, bem como – ainda que sem especificar o termo, mas delineando claramente seu conteúdo – os serviços de Comunicação digital. Dessa forma, passou a Lei 12.232 a vigorar acrescida dos artigos 20-A e 20-B.

Para fins da presente impugnação, basta a menção ao artigo 20-A, caput e parágrafo 1°, da Lei 12.232/2010:

> Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5° desta Lei.
>
> § 1° Aplica-se o disposto no **caput** deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

A simples leitura dos referidos dispositivos traz à tona a aplicabilidade do referido Instrumento Normativo para a contratação de agências de Comunicação Digital, aplicando-se integralmente ao caso concreto.

Nesse diapasão, é de se observar o *locus* que levou à edição do texto, remontando este à ação penal 470, julgada pelo Supremo Tribunal Federal, o conhecido "mensalão", tendo se descoberto que boa parte dos desvios e fraudes cometidas por políticos, membros da

Administração Pública e empresários estavam ligados aos contratos de publicidade dos Correios e do Banco do Brasil.

Concomitantemente à ação penal mencionada, tramitou no Congresso Nacional Comissão Parlamentar Mista de Inquérito da Compra de Votos (CPMI do Mensalão), tendo recomendado em seu relatório final a edição de lei específica para as licitações e contratações administrativas de publicidade, isto porque, como aponta o jurista Edvaldo Costa Barreto Júnior:

> Não obstante as nefastas intenções de alguns políticos e empresários que dominavam o setor à época, de fato, a lei 8.666/93 possuía regramentos próprios que eram incompatíveis com a contratação do serviço de publicidade governamental.[1]

Assim, fez-se necessária a edição do regramento em comento para regulamentação do setor de forma mais eficaz, evitando-se novos escândalos em contratos administrativos de serviços de publicidade, como os observados no Mensalão.

Importantes foram os marcos trazidos pela lei 12.232/2010, dentre os quais cabe destacar os **mecanismos de garantia da imparcialidade, impessoalidade e tecnicidade das análises técnicas das propostas apresentadas**, haja vista a especificidade da natureza dos serviços, os quais exigem análise diferenciada que – sob a égide da lei 8.666/93 – acabava sendo feita de forma comum e em desrespeito aos princípios as impessoalidade e imparcialidade.

Quanto a isso, observa-se que passa avigorar nas licitações públicas de publicidade e propaganda a **ideia de julgamento apócrifo da proposta, ou seja, os elementos fundamentais da proposta técnica (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia) deveriam ser analisados pela Administração Pública de forma não identificada, ou seja, os avaliadores não tomariam conhecimento da autoria da proposta**, como preconizam os incisos I a IV do art. 7º da lei 12.232/10.

Segundo ponto de relevância **é a definição, pela lei específica, relativa a quem caberia proceder a análise da proposta técnica e tomar todas as decisões que a ela**

---

[1] https://www.migalhas.com.br/depeso/325852/a-lei-de-licitacoes-de-publicidade-e-a-sua-primeira-decada-de-existencia

dissessem respeito. Assim, instituiu-se a figura da subcomissão técnica, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, bem com das demandas recursais que sobre elas fossem interpostas. Nesse sentido, clara é a Lei:

> Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com **exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.**
>
> § 1º **As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica**, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

Dessa forma, a lei específica aqui em comento alterou substancialmente a lógica dos procedimentos licitatórios de serviços de publicidade, trasladando a análise e julgamento das propostas técnicas, bem como dos recursos desta decisão advindos, das mãos da Comissão regular ou especial de licitação **para as mãos da Subcomissão Técnica, que passa a ter a "palavra final" quanto ao conteúdo das propostas.**

Nesse sentido, é importante a reflexão a respeito da apocrificidade do julgamento dos Planos de Comunicação por parte da Subcomissão Técnica.

Conforme apontado acima, a Lei 12.232/2010 não somente estipulou órgão específico para a realização da análise e julgamento das propostas técnicas, como também determinou que a parte mais sensível e subjetiva da Proposta Técnica, **o Plano de Comunicação, deve ser levado a julgamento de forma apócrifa, de maneira que os membros da Subcomissão não conheçam a autoria de cada uma das propostas.**

O julgamento às cegas não figura como mera formalidade das Licitações de Publicidade, mas trata-se de condição *sine qua non* para a garantia da legalidade do procedimento, tanto o é que se estabelecem inúmeros critérios de formatação e padronização para impossibilitar a existência de marca, sinal, formato ou padrão que possa levar à identificação da Proposta julgada.

Assim, caso venha a Subcomissão a tomar ciência da autoria de determinada proposta, a licitação automaticamente torna-se maculada e eivada de nulidade insanável.

Nessa linha de raciocínio, a **inarredável conclusão a que se chega é a da definitividade do julgamento da subcomissão técnica, que não pode novamente apreciar os Planos de Comunicação após o cotejo das Vias Não Identificadas com as Vias Identificadas e a identificação de autoria de cada Proposta.**

Quanto ao assunto, o já citado professor Edvaldo Barreto:

> É que, uma vez proferido o julgamento em relação às propostas técnicas apresentadas pelas agências licitantes, a avaliação feita sem a identificação dos seus autores é definitiva e imutável, não podendo ser revista, salvo em situações excepcionalíssimas e quando se estiver diante de irregularidades aferíveis de forma objetiva.
>
> E a razão para isso é muito simples: se o legislador, focado em impregnar o certame licitatório de isonomia e imparcialidade, criou a regra segundo a qual o julgamento feito pela subcomissão técnica deve ocorrer sem que os seus membros saibam quem são os autores das propostas técnicas, não é possível, posteriormente - na fase de julgamento dos recursos, inclusive - que as notas originalmente atribuídas às agências sejam alteradas, seja para majorá-las, seja para reduzi-las.[2]

Nesse diapasão, **permitir que a Subcomissão Técnica faça revisão das notas atribuídas para as propostas quando já conhece as suas respectivas autorias fere de morte o espírito da Lei 12.232/2010**, sendo movimento impossível e admitido tão somente para a correção de falhas objetivas que não dependam da análise subjetiva do grupo técnico.

Ou seja, conclui-se que mesmo com a interposição de recurso administrativo em que se requer a revisão de notas (oportunidade em que já foi identificada cada proposta), **deve permanecer definitiva e imutável a pontuação atribuída para cada proposta**, em observância fiel ao princípio do julgamento apócrifo das propostas e da definitividade do julgamento da subcomissão técnica.

---

[2] https://www.migalhas.com.br/depeso/368896/o-principio-do-julgamento-apocrifo-e-a-definitividade-do-julgamento

Quanto ao assunto, **luminar o entendimento firmado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República no âmbito da Concorrência n° 01/2024 para a Contratação de agências de Comunicação Digital**, em que a Subcomissão Técnica da concorrência, cujo entendimento foi acompanhado pela Comissão de Licitação e pelo Ministro de Estado da SECOM-PR, assim se manifestou:

> Preliminarmente, informamos que todos os procedimentos de avaliação e pontuação dos invólucros foram realizados em conformidade com as premissas legais norteadas pela Lei Federal nº 12.232/2010.
>
> A subcomissão técnica foi pensada para trazer isonomia e imparcialidade ao certame por meio do julgamento das propostas técnicas de modo que não fosse possível a identificação do seu autor.
>
> Isto é, quando do julgamento das propostas técnicas, os membros da subcomissão técnica não podem ter conhecimento da sua autoria, sob pena de acarretar a desclassificação da agência identificada ou até mesmo, a depender das circunstâncias, a anulação do certame. Isso ocorre porque o legislador busca garantir a isonomia e a imparcialidade no processo de seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública. O julgamento apócrifo é uma regra cogente que visa evitar favorecimentos indevidos e assegurar a imparcialidade do processo. Dessa forma, é importante ressaltar que a aplicação do princípio do julgamento apócrifo ao longo da fase recursal do processo licitatório traz consigo a limitação do âmbito de cognição dos recursos administrativos interpostos. Isso significa que, uma vez proferido o julgamento das propostas técnicas pela subcomissão técnica, não é possível haver um novo julgamento e alterações nas notas atribuídas, a não ser em situações excepcionais e objetivas.
>
> Assim, **mesmo após a interposição de recurso administrativo**, a pontuação inicialmente atribuída às agências licitantes não poderá ser modificada, **salvo em situações excepcionais em que houver irregularidades objetivas**. É fundamental respeitar o anonimato das propostas técnicas durante todo o processo licitatório para garantir a sua lisura e transparência. [...][3]

[3] https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/licitacoes/recursos-apresentados-pelas-licitantes/sei_5781959_documento__decisao_recurso_in-pacto.pdf/view

No caso concreto, **nenhuma das alegações da recorrente Icom está volvida a corrigir supostas irregularidades objetivas no julgamento de seu Plano de Comunicação Digital e muito menos no Plano de Comunicação Digital da Clara, direcionando-se exclusivamente a revisar os elementos subjetivos da análise levada a efeito pela Subcomissão Técnica, razão pela qual o recurso manejado nesse sentido é juridicamente inviável, não podendo sequer ser conhecido.**

Ainda que conhecido, não pode o recurso administrativo vir a ser provido, conquanto inviável a revisão de notas pela Subcomissão após a identificação dos Planos de Comunicação Digital, revisão esta que – caso acolhida pela Subcomissão Técnica – ensejará a nulidade total do presente processo licitatório por violação direta ao espírito da Lei 12.232/2010, materializado nos princípios do julgamento apócrifo das propostas e da definitividade do julgamento da subcomissão técnica.

B) Da impossibilidade de aumento da pontuação atribuída aos Quesito Plano de Comunicação Digital da Icomunicação Integrada. Julgamento da Subcomissão Técnica preciso e acertado.

Apesar de já se encontrar assentada a impossibilidade de reanálise da pontuação atribuída ao Plano de Comunicação Digital das Licitantes, do ponto de vista argumentativo e dialético, é fundamental destacar que não merece nenhuma reforma o sublime entendimento firmado pela Subcomissão Técnica quando do julgamento do Plano de Comunicação Digital da Icomunicação Integrada.

Vejamos a inocuidade de cada um dos pontos levantados pela agência recorrente em seu recurso.

B.1. Do Subquesito Raciocínio Básico da Icomunicação. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Em relação ao Subquesito Raciocínio Básico da Icomunicação, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, especialmente pelas claras constatações de a proposição textual da licitante demonstra afastamento da realidade mercadológica em que se insere o Sesc de Taguatinga Sul e se adere excessivamente a conceitos de cunho técnico.

Segundo alega a recorrente, inexistiria afastamento da realidade mercadológica, conquanto – sob a sua lógica – a realização de pesquisas e análises de dados é essencial para o desenvolvimento do Raciocínio Básico.

Efetivamente, a realização de estudos analíticos e pesquisas de dados é necessária e imprescindível para a execução de um diagnóstico das necessidades e desafios de comunicação preciso. Entretanto, não basta a mera realização de pesquisas, sendo necessária a aplicação dos dados obtidos para a realidade apresentada no briefing, no caso concreto, da realidade mercadológica em que se encontra inserida a unidade de Taguatinga Sul do SESC.

Sob essa lógica, e apesar de ter realizado os estudos e pesquisas mencionados, deixou a ICOM de aplicar os dados obtidos em suas análises puramente técnicas à realidade da unidade de Taguatinga Sul do SESC, de maneira que apresentou Raciocínio Básico puramente pautado na análise de dados, sem, entretanto, aplicá-los para a realidade mercadológica da necessidade de comunicação.

Igualmente, a Icomunicação acabou focando excessivamente em analisar outras unidades do SESC, o que nitidamente desvirtuou a aplicação dos dados obtidos à realidade da unidade do SESC de Taguatinga Sul. Ou seja, não somente não aplicou os dados obtidos para a realidade do Sesc Taguatinga Sul, como também focou excessivamente em analisar outras unidades do SESC, de forma que a pontuação atribuída ao Subquesito corresponde ao material e conteúdo apresentados no Raciocínio Básico.

Adicionalmente, em tentativa clara de constranger Vossas Senhorias, alega a Icom que foi a Subcomissão contraditória em alegar que o excessivo número de páginas utilizado (violando as exigências do Edital) teria permitido um melhor desenvolvimento do raciocínio.

Não obstante, inexiste qualquer contraditoriedade da Subcomissão relativa a conclusão de que o excessivo número de páginas permitiu um desenvolvimento melhor do raciocínio. Ora, o Raciocínio básico deveria ser apresentado em respeito ao número de páginas editalícias. A análise e apontamento da Subcomissão são nitidamente no sentido de que a Icom só logrou êxito em apresentar um Raciocínio Básico minimamente aceitável pelo fato de ter excedido páginas.

Ainda, alegar que o Raciocínio Básico era de fácil compreensão pelo fato de possuir Intertítulos, como faz a Icom, denota novo desrespeito à Subcomissão, em alegação pretenciosa de que, ainda que tenha a licitante apresentado Intertítulos, a Comissão não teve capacidade de compreender o Raciocínio.

Não obstante, apesar de vergonhosa afirmação, a Subcomissão logrou êxito em analisar o Raciocínio Básico e chegar a conclusões precisas sobre o mesmo, de maneira que a pontuação atribuída ao Subquesito Raciocínio Básico do Plano de Comunicação Digital da Icomunicação corresponde com exatidão ao conteúdo que ela apresentou, razão pela qual deve ser mantida a pontuação atribuída ao Subquesito sem qualquer adição.

Assim sendo, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito de seu Subquesito Raciocínio Básico, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da Icomunicação, o que agora se requer.**

B.2. Do Subquesito Estratégia de Comunicação Digital da Icomunicação. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Em relação ao Subquesito Estratégia de Comunicação Digital da Icomunicação, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, especialmente pelas claras constatações a respeito da exequibilidade das proposições estratégicas e sobre a ausência de capacidade do conceito proposto de produzir impacto positivo para a unidade de Taguatinga Sul do SESC-DF.

Entretanto, apesar da clareza do julgamento da Subcomissão Técnica, a licitante Icom recalcitra em aceitar a perfeição da análise subjetiva de Vossas Senhorias.

É nítida a incompreensão da Recorrente Icom ao conceito de exequibilidade empregado pela Subcomissão Técnica, que não somente diz respeito a uma adequação em relação a verba disponível, como também depende da existência de meios, ferramentas, produtos e serviços abrangidos pelo Contrato a ser firmado.

Dessa forma, a proposição de estratégia que esteja pautada em meios e ferramentas que dependam de produtos e serviços não abrangidos pelo Cardápio de Produtos e Serviços do Edital é nitidamente inexequível. Nesse diapasão, observa-se da Estratégia de Comunicação da

empresa Recorrente diversas proposições que dependem se produtos e serviços que não se encontram na tabela de serviços digitais do contrato.

Adicionalmente, variadas proposições da Icomunicação dependem de compra de mídia, conforme consta de seu Plano de Implementação, compra esta que foi estritamente vedada pela Comissão em resposta a pedido de esclarecimento, conforme colhe-se da manifestação da Comissão agora transcrita:

> **Questionamento 5:** Sera possivel utilizar a verba do contrato para a contrataçao de midia/espaços pagos como: dark post, impulsionamentos, espaços publicitarios em portais e sites? Como tambem, se for possivel o uso do recurso para compra de espaços, no Plano de Comunicaçao é certo entender que parte do 1 milhao destinado ao exercicio pode ser alocado em midia paga?
>
> **Resposta:** O contrato em licitaçao prevê a contrataçao de serviços digitais que incluem o planejamento de midia paga em dark post, impulsionamentos, espaços publicitarios em portais, sites e outros. Mas execuçao da compra da midia nao se da por meio do contrato em questao.

O desconhecimento da licitante a respeito da impossibilidade de utilização de mídia paga é tamanho que não somente propôs o investimento nesta modalidade, como também propôs desdobramento conceitual específico para as peças sobre as quais estaria direcionada a compra de mídia. Logo, é proposição, inclusive de desdobramento conceitual, que não pode ser executada.

E mais, ante a sua marcada prepotência e arrogância, a licitante nem sequer faz mea-culpa quanto ao erro, ao contrário, se gaba de ter proposto compra de mídia e elaborado desdobramento conceitual específico para a modalidade, esquecendo que essa modalidade de investimento em mídia foi estritamente vedada pela Comissão.

Ou seja, o agir da Subcomissão foi perfeito na constatação de dificuldade de exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital proposta, na medida em que depende de ferramentas e serviços que não estão disponíveis no bojo do contrato, bem como se pauta na utilização de recursos financeiros não albergados nesta contratação.

No que tange ao desenvolvimento do Conceito da Estratégia de Comunicação Digital, é obviedade solar que o conceito da campanha deve seguir e guardar pertinência com os objetivos de comunicação gerais e específicos propostos no Briefing do Edital, não podendo se

direcionar a elementos dele não constantes ou deixar de atingir e abraçar as necessidades e desafios específicos de comunicação.

Nesse sentido, o Briefing da presente concorrência estipulava de maneira clara que "*a estratégia de comunicação a ser apresentada deve considerar a unidade do SESC Taguatinga Sul – DF*". Logo, o conceito da campanha deveria evidentemente mencionar a unidade de Taguatinga Sul do SESC-DF para garantir a demonstração conceitual de protagonismo da unidade na comunidade local e direcionar a campanha para a referida Unidade.

Entretanto, o conceito proposto pela Icomunicação "*Vive melhor quem vive no SESC-DF*" não possui nenhum direcionamento para a unidade especificada pelo briefing, falhando miseravelmente em comunicar a necessidade requerida.

Conforme se observa, o conceito proposto "vive melhor quem vive no Sesc-DF" é absolutamente abrangente e acaba descumprindo os objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing da Concorrência.

Em adição, o argumento da recorrente apresentado na página 12 de seu recurso, onde detalha que o conceito "é abrangente e poderia ser, inclusive, estendido a outras regiões do Brasil", reforça ainda mais o erro por ela cometido ao pensar e materializar o conceito de sua campanha, ficando clara a falta de compreensão da Icomunicação em relação ao proposto no Briefing, incompreensão esta que naturalmente impacta diretamente os outros Subquesitos do Plano.

Assim sendo, resta claro que o julgamento realizado pela Subcomissão Tecnica reflete com perfeição o que foi apresentado pela recorrente (seja em relação ao conceito desenvolvido ou em relação à inexequibilidade de sua Estratégia).

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito de seu Subquesito Estratégia de Comunicação Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da Icomunicação, o que agora se requer.**

B.3. Do Subquesito Inovação Tecnológica da Icomunicação. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Também em relação ao Subquesito Inovação Tecnológica da Icomunicação, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, especialmente pelo entendimento preciso de que os meios e ferramentas inovadoras devem manter relação com a realidade do contrato, de maneira que deve ser permitida a sua exequibilidade, necessidade esta que não se observou nas proposições da Icom, que desenvolveu Inovações inexequíveis e baseadas em serviços e meios que não estão albergados pelo contrato administrativo decorrente desta Concorrência.

Assim, apesar da tentativa da Icomunidação de apresentar elementos deslumbrantes e mirabolantes de inovação tecnológica, a licitante acabou apresentando inovações absolutamente inexequíveis, conquanto dependem da utilização de produtos e serviços que não se encontram na tabela de serviços digitais do edital e do contrato, como é o caso da pesquisa de mercado na proposta de *V-ask*.

Ora, as proposições de Inovação Tecnológica da licitante Icom simplesmente não podem ser executados, e, assim, não são inovações tecnológicas aceitáveis, mas propostas miraculosas que para serem executadas obrigariam a licitante a fugir do escopo contratual e desenvolver, da noite para o dia, produtos e serviços que não se encontram disponíveis na contratação em disputa.

Assim sendo, resta claro que o julgamento realizado pela Subcomissão Tecnica reflete com perfeição o que foi apresentado pela recorrente, que apresentou recursos de Inovação Tecnológicos absolutamente desconectados da realidade do possível.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito de seu Subquesito Inovação Tecnológica, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da Icomunicação, o que agora se requer.**

B.4. Do Subquesito Solução de Comunicação Digital da Icomunicação. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Também em relação ao Subquesito Solução de Comunicação Digital, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, especialmente pelo entendimento preciso de que a identidade visual e material desenvolvido pela recorrente Icom não estão de acordo com os desafios e objetivos do Briefing, cujo foco total é direcionado para a unidade de Taguatinga Sul do SESC.

Apesar de ser nítida a discrepância entre o material apresentado pela Icomunicação em sua Solução de Comunicação Digital, a recorrente opera nítido malabarismo argumentativo para licitante tenta fazer parecer que a Solução de Comunicação Digital reflete perfeitamente a necessidade criativa, na medida em que segue a linha proposta no Subquesito Estratégia de Comunicação e o conceito proposto.

Entretanto, a licitante recorrente acaba por se auto envenenar em seu malabarismo argumentativo.

Ora, efetivamente a Solução de Comunicação Digital proposta pela Icom segue a Estratégia de Comunicação e o Conceito apresentados e é justamente por isso que ela falha em apresentar uma Solução de Comunicação que se comunique com a necessidade de Comunicação do Briefing, conquanto, como já demonstrado acima, a Estratégia de Comunicação e o Conceito da recorrente em NADA dialogam com a necessidade do briefing, pautando-se em generalidades relativas ao Sistema S, utilizando-se de estratégia inexequível e impossível.

Dessa Maneira, e diversamente do que mentirosamente alega a licitante, a Solução de Comunicação apresentada é integralmente desconectada do Briefing, não demonstrando nem sequer um ponto de contato com as exigências e necessidades do documento guia da Concorrência.

Assim sendo, resta claro que o julgamento realizado pela Subcomissão Tecnica reflete com perfeição o que foi apresentado pela recorrente, que apresentou Solução de Comunicação Digital completamente apartada das necessidades específicas e do objetivo de comunicação do

Briefing, não estando direcionada de maneira clara e evidente para a divulgação da unidade de Taguatinga Sul do Sesc.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito de seu Subquesito Solução de Comunicação Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da Icomunicação, o que agora se requer.**

B.5. Do Subquesito Plano de Implementação da Icomunicação. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Ainda em relação ao Subquesito Solução de Comunicação Digital, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, tendo compreendido de maneira impecável que o Plano de Implementação da Incomunicação não se adequa de maneira clara às possibilidades da presente licitação e às exigências da Concorrência.

A argumentação da recorrente quanto ao seu Plano de Implementação deixa translúcida a sua incompreensão a respeito das determinações da presente licitação. A própria licitante expressa textualmente que a execução do exigido em edital só se faz possível, em sua proposta, com a alocação de investimentos compra de mídia. Entretanto, conforme já fartamente demonstrado, a compra de mídia foi EXPRESSAMENTE VEDADA na presente concorrência. Nesse sentido, colhe-se a expressa e textual manifestação da Eminente Comissão agora transcrita:

> **Questionamento 5:** Sera possivel utilizar a verba do contrato para a contrataçao de midia/espaços pagos como: dark post, impulsionamentos, espaços publicitarios em portais e sites? Como tambem, se for possivel o uso do recurso para compra de espaços, no Plano de Comunicaçao e certo entender que parte do 1 milhao destinado ao exercicio pode ser alocado em midia paga?
>
> **Resposta:** O contrato em licitaçao preve a contrataçao de serviços digitais que incluem o planejamento de midia paga em dark post, impulsionamentos, espaços publicitarios em portais, sites e outros. Mas execuçao da compra da midia nao se da por meio do contrato em questao.

Ou seja, o Plano de Implementação da ICOMUNICAÇÃO, consoante sua própria confissão, só se faz possível por intermédio de compra de mídia (nos dizeres da Icom constantes da página

14 de seu Recurso), recurso este absoluta e expressamente vedado pela Comissão de Licitação, que informou a todos que a compra de mídia não se fazia presente no contrato decorrente da presente Concorrência.

Adicionalmente, a recorrente demonstra desconhecimento e despreparo na criação de estratégias de *copywriting* e comunicação estratégica digital, por meio dos quais é possível a efetivação de uma comunicação segmentada, bem como crescimento relevância digital por meio orgânico, conforme foi feito pela Clara em sua Proposta Técnica vencedora.

Assim sendo, resta claro que o julgamento realizado pela Subcomissão Tecnica reflete com perfeição o que foi apresentado pela recorrente, que apresentou Plano de Implementação embasado em recurso vedado pela Comissão e não abordou nenhuma outra ferramenta para efetivar sua proposta.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito de seu Subquesito Plano de Implementação, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da Icomunicação, o que agora se requer.**

C) Da impossibilidade de redução da pontuação atribuída aos Quesito Plano de Comunicação Digital da Calara Digital. Julgamento da Subcomissão Técnica preciso e acertado.

Apesar de já se encontrar assentada a impossibilidade de reanálise da pontuação atribuída ao Plano de Comunicação Digital das Licitantes, do ponto de vista argumentativo e dialético, é fundamental destacar que não merece nenhuma reforma o sublime entendimento firmado pela Subcomissão Técnica quando do julgamento do Plano de Comunicação Digital da Clara Digital, que foi declarada vencedora do julgamento das Propostas Técnicas.

Vejamos a inocuidade de cada um dos pontos levantados pela agência recorrente em seu recurso.

C.1. Do Subquesito Raciocínio Básico da Clara Digital. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

A forma com que age a licitante recorrente Icomunicação na presente Concorrência é notadamente desrespeitosa à Subcomissão Técnica e à licitante Clara Digital, além de denotar a arrogância da empresa, que tenta utilizar seu Plano de Comunicação como baliza para criticar o Plano de Comunicação apresentado pela Clara.

A postura arrogante típica da empresa Icom é novamente observada em suas alegações e ataques contra o Subquesito Raciocínio Básico apresentado pela Clara, que, ao contrário do que alega a recorrente, cumpriu com perfeição as exigências editalícias e do briefing na elaboração de seu Raciocínio Básico.

Conforme se observa da Proposta Técnica da Clara, foram preenchidas todas as exigências editalícias. Especificamente em relação aos desafios propostos, a empresa decupou de maneira excepcional as informações constantes do brienfig de maneira a adequá-las com as pesquisas de informações e dados obtidos pela empresa, tendo apresentado apontamentos claros e precisos que se comunicam com a unidade de Taguatinga Sul do Sesc, ao contrário da Icom, que ignora o recorte de unidade determinado no Briefing.

Ou seja, o Raciocínio Básico construído pela Clara Digital foi perfeitamente analisado pela Subcomissão Técnica, que entendeu pelo preenchimento de todas as exigências editalícias sobre o Subquesito e pela efetiva demonstração da compreensão das determinações e expectativas materializadas pelo Sesc no Briefing da Concorrência.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa**, não irá acatar as razões da recorrida a respeito do Subquesito Raciocínio Básico da Clara Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da empresa recorrida, o que agora se requer.**

C.2. Do Subquesito Estratégia de Comunicação da Clara Digital. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

No que tange ao Subquesito Estratégia de Comunicação Digital da Clara Digital, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, tendo compreendido de maneira impecável que a Estratégia de Comunicação Digital da Clara se adequa de maneira clara aos requisitos do Edital, seja em relação ao excelente Conceito por ela desenvolvido; ou em relação aos meios e ferramentas por ela utilizados, como também pelo emprego de estratégia precisa e com ampla possibilidade de aferição de dados e resultados.

O conceito escolhido pela Clara deixa claro o protagonismo do Sesc em Taguatinga Sul, fazendo transparecer que o Sesc da localidade é a grande opção de Taguatinga Sul e que possui papel essencial para o desenvolvimento social dos moradores da região.

Nessa linha, quando analisado o Conceito apresentado com a inteireza do texto de Estratégia, fica ainda mais clara a postura positiva da agência em relação ao Sesc de Taguatinga Sul, que é colocado em todos os momentos como pilar essencial da sociedade local, protagonista na transformação de vidas e ponto de encontro marcantemente reconhecido pelos moradores de Taguatinga Sul, ao contrário do que faz a Icom, que desenvolveu estratégia pensando no sistema S genericamente e não na unidade de Taguatinga Sul do Sesc-df.

Especificamente em relação às ferramentas e canais escolhidos pela empresa recorrida, observa-se que ela se ateve com exatidão às possibilidades da presente concorrência, apresentando soluções exequíveis e baseadas em produtos e serviços constantes do cardápio de serviços digitais do Edital, de forma que quando analisadas em conjunto, permitiram que a Subcomissão concluísse pela sua efetividade e plena exequibilidade.

Adicionalmente, não foi proposta nenhuma ferramenta estratégica que se baseie em elemento estritamente vedado pelo edital, diferente do que fez a Icom, que pautou a inteireza de sua Estratégia de Comunicação Digital na alocação de investimentos de compra de mídia, o que foi estritamente vedado pela Comissão de Licitação, consoante resposta de esclarecimento já transcrita nesta defesa administrativa.

Em relação aos aspectos técnicos de mensuração de indicadores e aferição da efetividade das propostas, foi aplicada metodologia mundialmente reconhecida por sua

eficácia. Assim, a metodologia escolhida pela Clara, como expresso no próprio plano de comunicação, é reconhecida globalmente como modelo que orienta a jornada do cliente desde a descoberta até a fidelização, adaptando-se às diferentes necessidades dos públicos-alvo. (Metodologia See-Think-Do-Care).

Assim, a utilização da Metodologia See-Think-Do-Care não somente garante a efetividade da Estratégia, como também permite a aferição de dados e informações a respeito do sucesso da campanha em todas as suas etapas, o que garante a possibilidade de manutenção dos pontos que estão sendo exitosos e a adaptação daqueles que podem ser aprimorados, em uma campanha viva e constantemente renovável para garantia do melhor desempenho ao cliente.

Ou seja, a Estratégia de Comunicação Digital construída pela Clara Digital foi perfeitamente analisado pela Subcomissão Técnica, que entendeu pelo preenchimento de todas as exigências editalícias sobre o Subquesito e pela efetiva demonstração da efetividade do excelente Conceito por ela desenvolvido, da precisão e eficiência dos meios e ferramentas por ela utilizados, como também pelo emprego de estratégia precisa e com ampla possibilidade de aferição de dados e resultados.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito do Subquesito Estratégia de Comunicação Digital da Clara Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da empresa recorrida, o que agora se requer.**

C.3. Do Subquesito Inovação Tecnológica da Clara Digital. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Também em relação Subquesito Inovação Tecnológica do Plano de Comunicação Digital da Clara Digital, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, tendo compreendido de maneira impecável que a licitante Clara apresentou inovações tecnológicas respeitando as possibilidades reais do contrato, sem a proposição de inovações que dependam de compra de mídia ou que se pautem na utilização de serviços não abraçados por este contrato.

Apesar dessa precisão, a Icomunicação – também em relação a este Subquesito – deixa clara sua prepotência e volta a tentar utilizar o seu Plano de Comunicação como grande referência de qualidade técnica, apesar de não ter sido a licitante vendedora da concorrência.

Não obstante, a recorrente esquece-se que as proposições por ela apresentadas se baseiam em produtos e serviços não constante da Tabela de Serviços do Edital, como também estão essencialmente sustentadas na compra de mídia, que segundo a Icom é o grande ponto de sua proposta, contudo, conforme esclarecimento já reprisado, foi vedada textualmente a compra de mídia.

Dessa forma, o critério Inovação evidentemente deveria seguir as possibilidades do Edital, de nada adiantando a realização de proposições miraculosas que não poderiam ser executadas com base na disponibilidade material do edital. Nessa linha, a aderência das proposições da Clara ao Edital é justamente o que garante a sua alta pontuação no quesito, tendo apresentado meios de inovar com a tecnologia que respeitaram as disposições do edital.

Ou seja, o Subquesito Inovação Tecnológica desenvolvido pela Clara Digital foi perfeitamente analisado pela Subcomissão Técnica, que entendeu pelo preenchimento de todas as exigências editalícias sobre o Subquesito e pela apresentação de inovações tecnológicas que respeitam as possibilidades reais do contrato, sem a proposição de inovações que dependam de compra de mídia ou que se pautem na utilização de serviços não abraçados por este contrato.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito do Subquesito Inovação Tecnológica da Clara Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da empresa recorrida, o que agora se requer.**

C.4. Do Subquesito Solução de Comunicação Digital da Clara Digital. Necessidade de Manutenção da Nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Ainda quanto ao Subquesito Solução de Comunicação Digital do Plano de Comunicação Digital da Clara Digital, a Subcomissão Técnica lavrou perfeito julgamento, tendo compreendido de maneira impecável que a licitante Clara apresentou material que conversa de maneira perfeita com os desafios e objetivos de comunicação do Briefing, tendo apresentado peças (estáticas e em vídeo) que garantem o alto alcance do público direcionado e possuem grande potencial de atração.

Assim, a leitura da relação e descrição das peças apresentadas, bem como a análise visual de todas as peças, tanto estáticas quanto em vídeo, foram desenvolvidas com o objetivo de destacar o Sesc de Taguatinga Sul, atendendo perfeitamente a exigência de conteúdo e direcionamento estipulada pelo Briefing.

Foram elementos populares e que garantem atratividade das peças no meio digital e permitem alcançar o público que não seria alcançado com materiais de comunicação engessados, tendo sido apresentados formatos como memes, vídeos de tendências, ferramentas de interações nas redes sociais para capturar atenção do público e incentivar a interação com o conteúdo.

Demonstrando seu amplo desconhecimento a respeito das estratégias de comunicação digital mais efetivas (o que fica ainda mais demonstrado quando se observa que a Icom julga imprescindível a compra de mídia para uma proposta efetiva), a agência recorrente alega que as peças apresentadas pela Clara contariam com elementos textuais excessivos, o que impediria uma conexão efetiva com o público.

Entretanto, a utilização de textos é uma estratégia de copywriting amplamente utilizada para a captura de leads e conversão de venda, de maneira que os textos de acda uma das peças foram trabalhados de forma a permitir a apresentação de conteúdos mais completos e informativos para o público, sem, contudo, perder o engajamento direto com as pessoas.

Adicionalmente, observa-se que o material apresentado pela Clara Digital se utiliza de forte e envolvente estratégia de Storytelling, o que garante a conversão do público de forma orgânica e atende a diferentes públicos e comportamentos digitais, funcionando como alternativa perfeita à compra de mídia, que foi expressamente vedada pela Comissão.

Assim, foi desenvolvida na Solução de Comunicação Digital da Clara uma visual sólida, atrativa e moderna, criando uma narrativa coesa quando considerando o público alvo e que transmite eficazmente a mensagem central da campanha: o protagonismo e importância da unidade de Taguatinga Sul do Sesc.

Ou seja, o Subquesito Solução de Comunicação Digital desenvolvido pela Clara Digital foi perfeitamente analisado pela Subcomissão Técnica, que entendeu pelo preenchimento de todas as exigências editalícias sobre o Subquesito e pela apresentação de material que conversa de maneira perfeita com os desafios e objetivos de comunicação do Briefing, tendo apresentado peças (estáticas e em vídeo) que garantem o alto alcance do público direcionado e possuem grande potencial de atração.

Dessa forma, a licitante Clara não possui qualquer dúvida de que esta ilustre Subcomissão, agindo de acordo com a melhor técnica jurídico-administrativa, **não irá acatar as razões da recorrida a respeito do Subquesito Solução de Comunicação da Clara Digital, mantendo-se a exata nota já atribuída ao Subquesito da empresa recorrida, o que agora se requer.**

IV. DOS PEDIDOS

Ante todo o exposto, a Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web Ltda. – confiando integralmente na Ilustre Comissão Especial de Licitação e na Eminente Subcomissão Técnica da Concorrência – **requer:**

A) O não conhecimento, em todos os seus tópicos, do Recurso Administrativo interposto pela licitante Icomunicação Integrada – EIRRELI;

B) Subsidiaria e alternativamente, pugna pelo total desprovimento do Recurso Administrativo interposto pela licitante Icomunicação Integrada – EIRRELI, com a

manutenção integral da pontuação atribuída para as licitantes e da classificação das mesmas, com a permanência da Clara Digital em 1° lugar e da Icomunicação em 2° lugar;

Termos em que, pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 08 de novembro de 2024.

gov.br Documento assinado digitalmente
CLAUDIA GOMES CHAVES
Data: 08/11/2024 14:51:54-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

CLÁUDIA GOMES CHAVES

Representante Legal da Clara Serviços Integrados de Vídeo,

Conteúdo e Web LTDA

CPF N° 800.503.526-87