

À ILUSTRE COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO BANCO DA AMAZÔNIA S/A**Procedimento Licitatório nº 2025/002**

RP BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA, já qualificada nos autos do processo licitatório retromencionado, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no item 19.3 do Edital, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO**, em relação ao resultado das propostas técnicas e da habilitação, pelas razões a seguir delineadas.

I. BREVE SÍNTESE DO PROCESSO LICITATÓRIO

01. O Banco da Amazônia S/A publicou o Edital do Procedimento Licitatório nº 2025/002, do tipo Melhor Técnica, objetivando a contratação de serviços continuados de Comunicação Institucional.
02. Restou designada a data de 26 de novembro de 2025 para realização da Primeira Sessão Pública, oportunidade em que seriam recebidos e rubricados os envelopes contendo o Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada (Invólucro nº 1), o Plano de Comunicação Institucional - Via Identificada (Invólucro nº 2), a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional (Invólucro nº 3) e a Proposta de Preços (Invólucro nº 4).
03. Na oportunidade, constatou-se a participação das seguintes licitantes: (i) Santafe Idéias Inteligentes em Marketing e Comunicação Ltda; (ii) RP Brasil Comunicações Ltda; (iii) PBC Newco Comunicação Ltda; (iv) Agência FR de Comunicação Ltda.

¹ Consoante disposto no Aviso de Reabertura de Prazo Recursal publicado no dia 02 de março de 2026 (segunda-feira), o prazo de 5 (cinco) dias úteis concedido para interposição de recurso, previsto no item 19.3 do edital, teve início no dia 03 de março de 2026 (terça-feira), encerrando-se, por conseguinte, no dia 06 de março de 2026 (sexta-feira). Afigura-se, portanto, plenamente tempestivo o presente recurso, eis que submetido nesta data.

04. Ato seguinte, foi designada, para o dia 23 de fevereiro de 2026, nova sessão pública para divulgação do resultado de julgamento das propostas técnicas, abertura dos invólucros nº 4 (Preços), recebimento e abertura dos invólucros nº 5 (Habilitação).

05. Analisadas as propostas técnicas pela Subcomissão Técnica, foi divulgado o relatório de julgamento contendo a nota final, obtendo-se a seguinte classificação:

EMPRESAS	INVÓLUCRO Nº1	INVÓLUCRO Nº3	PONTUAÇÃO TOTAL
SANTAFE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA	74,30	24,40	98,70
PBC NEWCO COMUNICAÇÃO LTDA	71,80	17,50	89,30
RP BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA	51,50	23,90	75,40

AGÊNCIA FR DE COMUNICAÇÃO LTDA	51,10	18,60	69,70
--------------------------------	-------	-------	-------

06. Após a divulgação da Nota Final, a Comissão Especial de Licitação procedeu à análise dos documentos de habilitação da Santafé Ideias Inteligentes em Marketing e Comunicação Ltda e, naquela oportunidade, as licitantes PBC Newco, RP Brasil e Agência FR manifestaram intenção de recurso. Publicado o resultado de julgamento e divulgados os documentos das propostas técnicas, foi aberto o prazo recursal.

07. Ocorre, contudo, que, consoante será demonstrado no decorrer do presente recurso, o resultado da licitação não pode se manter, porquanto encontra-se eivado de graves vícios que comprometem sua validade, tanto sob o aspecto técnico quanto jurídico.

II. PELIMINARMENTE: PATENTE NULIDADE DO CERTAME

08. Preliminarmente, importa tratar da patente nulidade do procedimento licitatório em questão. Salienta-se que o que se suscita não decorre de mera irregularidade formal, tampouco de inconformismo com o resultado alcançado, mas de **violação direta à regra do regime jurídico aplicável às licitações de serviços de publicidade e comunicação institucional**, disciplinadas pela Lei nº 12.232/2010, diploma que expressamente consagra o julgamento apócrifo como instrumento indispensável à preservação dos princípios da isonomia e da imparcialidade.

09. Desde o preâmbulo do Edital, restou consignado que o certame seria regido pelas disposições da referida lei, a qual institui sistemática própria para a avaliação das propostas técnicas. Essa legislação não trata o anonimato como detalhe operacional, mas como pilar fundamental dos procedimentos licitatórios que visam à contratação dos serviços de publicidade, comunicação institucional, digital e marketing promocional.

10. É por esse motivo que se prevê a criação da Subcomissão Técnica, a ser composta por profissionais com qualificação específica (formação ou experiência na área), que restam incumbidos de examinar as propostas técnicas das licitantes.

11. Essa Subcomissão foi pensada justamente para trazer isonomia e imparcialidade ao certame por meio do julgamento das propostas técnicas de forma totalmente apócrifa, ou seja, de modo que reste inviabilizada a identificação da autoria dessas propostas antes do cotejamento a ser realizado com a abertura de suas vias identificadas.

12. A razão de ser desse julgamento apócrifo é evidente. O legislador buscou impedir favorecimentos indevidos, conscientes ou inconscientes, e proteger o processo decisório de qualquer viés decorrente da notoriedade da agência, de experiências pretéritas com a Administração ou de percepções subjetivas acerca de sua estrutura e reputação.

13. A imparcialidade não se limita à ausência de má-fé, de modo que exige a eliminação de circunstâncias capazes de influenciar o julgador, ainda que de forma involuntária, razão pela qual a regra do anonimato possui natureza cogente e não admite flexibilizações.

14. Desta forma, quando do julgamento das propostas técnicas, os membros da Subcomissão técnica não podem ter conhecimento sobre quem as confeccionou, sob pena de acarretar a desclassificação da agência identificada ou até mesmo, a depender das circunstâncias, **a anulação do certame**. Como é o caso ora *sub judice*.

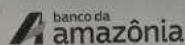
15. O desenho legal é claro. Primeiro, procede-se à análise da via não identificada da proposta técnica, de modo que os membros da Subcomissão Técnica não tenham qualquer conhecimento acerca da autoria da proposta examinada. Da análise, são atribuídas as respectivas notas e justificativas, consolidadas em ata de julgamento, devidamente assinada pelos julgadores.

16. Somente após a conclusão dessa etapa, com a atribuição das notas formalizadas, consolidadas e imunes a alterações que não se deem por força de apontamentos objetivos de frontal violação ao instrumento convocatório, a Subcomissão passa a ter acesso à Capacidade de Atendimento e aos Relatos apresentados para as licitantes, para também realizar os seus respectivos julgamentos e, conseqüentemente, confeccionar a ata com as pontuações e justificativas atribuídas.

17. Posteriormente, observados esses ritos, a Subcomissão Técnica devolve todos esses materiais à Comissão Especial de Licitação. Recebidos, portanto, os envelopes lacrados contendo as atas de julgamento das propostas das licitantes, a CEL designa a Segunda Sessão Pública do procedimento licitatório a fim de que se promova o cotejamento entre as vias não identificadas e as vias identificadas das propostas técnicas, para que se vincule cada avaliação à respectiva licitante. A identificação, portanto, é consequência lógica e cronologicamente posterior ao julgamento técnico.

18. No caso concreto, contudo, **a sequência procedimental foi desrespeitada de forma inequívoca**.

19. Primeiramente, consoante é possível se verificar a partir da simples análise das datas registradas tanto na Ata de Julgamento das Propostas Técnicas do Invólucro nº 1 quanto na Ata de Julgamento do Invólucro nº 3, ambas foram lavradas na mesma data e ostentam idêntico preâmbulo, inclusive com a mesma lacuna quanto à indicação formal das datas em que teriam sido realizadas as avaliações pela Subcomissão Técnica, trabalhos estes que, segundo se afirma, teriam sido iniciados em 28/01/2026 e concluídos em 30/01/2026:



RELATÓRIO DA SUBCOMISSÃO DE LICITAÇÃO
PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 2025/002

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - INVÓLUCRO III

1. O presente Relatório tem por objeto a análise realizada pela Subcomissão Técnica referente ao INVÓLUCRO III do Procedimento Licitatório nº 2025/002, em conformidade com os requisitos e diretrizes estabelecidos no APÊNDICE II do ANEXO I do edital. Os trabalhos foram iniciados em 28/01/2026 e concluídos em 30/01/2026, na Sede do Banco da Amazônia, em Belém/PA.
2. Considerando os atributos expressamente definidos no APÊNDICE II do ANEXO I do edital como critérios para o julgamento técnico, a Subcomissão Técnica, com vistas à observância dos princípios da isonomia e da igualdade entre os licitantes, deliberou pela adoção de faixas de pontuação, mediante a divisão da pontuação máxima no "Relatos de Soluções de Comunicação" pelo número de atributos considerados no processo avaliativo, conforme detalhado nas planilhas anexas a este Relatório.
3. Assim, após a análise e o julgamento realizados pela Subcomissão Técnica, a tabela a seguir apresenta o resultado final, disposto em ordem decrescente de pontuação, sendo que as respectivas justificativas encontram-se consignadas nas planilhas anexas a este Relatório.

PLANILHA DE CLASSIFICAÇÃO	
EMPRESA	NOTA
STA	24,4
FSB	23,9
FATO RELEVANTE	18,6
PUB PARTNERS	17,5

Belém/PA, 03 de Fevereiro de 2026.

RELATÓRIO DA SUBCOMISSÃO DE LICITAÇÃO
PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 2024/003

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - INVÓLUCRO I

1. O presente Relatório tem por objeto a análise realizada pela Subcomissão Técnica referente ao INVÓLUCRO I do Procedimento Licitatório nº 2025/002, em conformidade com os requisitos e diretrizes estabelecidos no APÊNDICE II do ANEXO I do edital. Os trabalhos foram iniciados em 28/01/2026 e concluídos em 30/01/2026, na Sede do Banco da Amazônia, em Belém/PA.
2. Considerando os atributos expressamente definidos no APÊNDICE II do ANEXO I do edital como critérios para o julgamento técnico, a Subcomissão Técnica, com vistas à observância dos princípios da isonomia e da igualdade entre os licitantes, deliberou pela adoção de faixas de pontuação, mediante a divisão da pontuação máxima de cada subquestão pelo número de atributos considerados no processo avaliativo, conforme detalhado nas planilhas anexas a este Relatório.
3. Assim, após a análise e o julgamento realizados pela Subcomissão Técnica, a tabela a seguir apresenta o resultado final, disposto em ordem decrescente de pontuação, sendo que as respectivas justificativas encontram-se consignadas nas planilhas anexas a este Relatório.

PLANILHA DE CLASSIFICAÇÃO		
NUMERAÇÃO ATRIBUÍDA A PASTA	CONCEITO	NOTA
1	Protagonista da mudança que importa	51,5
2	O banco da bioeconomia Amazônica	71,6
3	Seu sonho é o que nos move a impactar o mundo	74,3
4	Conectar a Amazônia ao futuro hoje	51,1

Belém/PA, 03 de fevereiro de 2026.

20. Essa coincidência formal, aliada à ausência de individualização clara dos marcos temporais de cada etapa, compromete a transparência do procedimento e impede a aferição segura de que houve, de fato, a prévia conclusão, formalização e devolução do julgamento do Invólucro nº 1 antes do encaminhamento do Invólucro nº 3 à Subcomissão, como expressamente exigem o art. 11 da Lei nº 12.232/10 e o item 20.1.17, alíneas "a" a "d", do instrumento convocatório.

21. Curioso que a inexistência de registro inequívoco quanto à sequência cronológica, que registra primeiro a finalização, consolidação e devolução do Invólucro nº 1, e somente depois o envio do Invólucro nº 3, faz emergir fundada suspeita de que tais fases possam ter sido conduzidas de forma concomitante ou sem a devida observância da ordem legalmente imposta, em frontal violação ao rito procedimental que assegura a imparcialidade, a segregação das etapas e a higidez do julgamento técnico.

22. Não obstante – e mais grave ainda –, conforme se extrai não só das atas das sessões públicas, mas também de suas respectivas gravações, após a análise das propostas pela Subcomissão, procedeu-se ao cotejamento, na sessão subsequente, entre a via não identificada e a via identificada das licitantes concorrentes, revelando-se, naquele momento, a autoria de cada proposta.

23. Até aqui, em tese, estar-se-ia diante de etapa regular, desde que todas as notas já estivessem definitivamente atribuídas, formalizadas e lacradas antes da identificação, eis que é isso que a Lei nº 12.232/10 prescreve, a saber:

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; (...)

24. Ocorre, todavia, que não foi isso o que se verificou.

25. Os registros indicam que a identificação das licitantes ocorreu por meio dos conceitos das propostas técnicas de cada empresa, que já estavam no computador da CEL. Em seguida, **a sessão foi suspensa**, sendo que os envelopes lacrados contendo as notas das empresas somente foram trazidos à sala em que estava ocorrendo a Segunda Sessão Pública **após essa suspensão**. Ou seja, os envelopes foram recebidos nesse “intervalo”, após a identificação da autoria das propostas.

Sessão suspensa às 11:26h.

Sessão reaberta às 13:47h.

A Comissão Especial de Licitação, informou aos licitantes que recebeu a Atas e anexos com as notas da subcomissão de licitação, no intervalo da sessão.

Na sequência o envelope foi observado por todos os representantes credenciados, e foi atestado que o envelope estava lacrado.

Após a abertura do envelope com a Ata e os anexos de avaliação dos Invólucros n.º 1 e 3, todos os representantes credenciados visaram a ata e os anexos e, a Comissão Especial de Licitação forneceu uma cópia para cada um dos representantes.

Após cotejamento a classificação das notas ficou conforme a seguir:

EMPRESAS	INVÓLUCRO Nº1	INVÓLUCRO Nº3	PONTUAÇÃO TOTAL
SAUTERRELLA			

26. Constatase, ainda, de forma mais grave, que ao menos um dos julgadores lançou sua assinatura digital na ata de julgamento correspondente à proposta da empresa classificada em primeiro lugar **apenas em momento posterior ao cotejamento**, fato comprovado pela **data e horário registrados na certificação eletrônica do gov.br**, a saber:

Portuação de Proposta Técnica Verificada pelo Juiz Especial da Técnica					
EMPRESA: STA					
	Portuação Máxima	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média
Cientes (é a soma da pontuação conforme descrito abaixo)					
a) e porte e a tradição dos clientes em sua Comunicação Institucional e o período de atendimento a cada um;					
e 1) Para fins de classificação do porte dos clientes, adota-se o conceito de abrangência, sendo considerados:					
1. de abrangência nacional, aqueles cuja atuação se estenda a, no mínimo, três ou mais unidades da Federação, ou que possuam sede ou representação em âmbito nacional, incluindo órgãos e entidades da Administração Pública Federal;	5	5	5	5	5,0
2. de abrangência regional, aqueles cuja atuação esteja restrita a, no máximo, a duas unidades da Federação					
Possui cliente do Poder Executivo Federal?	2				
Possui 3 ou mais clientes com atuação nacional e que não pertençam ao Poder Executivo Federal?	2	JUSTIFICATIVA:			
Possui clientes com atuação regional?	1				
Profissionais (é a soma da pontuação conforme descrito abaixo)					
b) a experiência dos profissionais da equipe em Comunicação Institucional e a adequação das qualificações e a qualificação desses profissionais às necessidades da CONTRATANTE.	8	8	8	8	8,0
Presença de profissional com mestrado ou MBA	3				
Presença de profissional com pós-graduação em comunicação	2	JUSTIFICATIVA:			
Presença de profissional com mais de 13 anos de experiência	1				
Sistematiza Operacional de atendimento					
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante	2	2	2	2	2,0
Atende	2				
Atende parcialmente	1	JUSTIFICATIVA:			
Não atende	0				
Estrutura					
c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;	2	2	2	2	2,0
Atende	2				
Atende parcialmente	1	JUSTIFICATIVA:			
Não atende	0				
Relato de Soluções de Comunicação (Relato 1)					
a) a existência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de Comunicação Institucional em carta-relato;					
b) a demonstração de que a solução de Comunicação Institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;		4,5	4,7	4,7	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;					
d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de Comunicação Institucional desenvolvidas pela licitante para seu cliente;					
e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante;	5				4,7
CRITÉRIO OBJETIVO DA SUBCOMISSÃO PARA NOTA		JUSTIFICATIVA: Ação "Celular Seguro" demonstrou forte senso estratégico para fazer as - ações em uma cadeia lógica - antes, durante e depois do lançamento - incluindo um upgrade da ferramenta. A campanha ainda contou com suporte de site, artes digitais e press kits para formadores de opinião - todas as ações contendo KPIs e métricas de mensuração.			
0 - não apresentação dos elementos;		Alcançou mídia espontânea na imprensa nacional e um milhão de usuários em 12 dias.			
0,1 a 1 - apresentação de 1 elemento;					
1,1 a 2 - apresentação de 2 elementos;					
2,1 a 3 - apresentação de 3 elementos;					
3,1 a 4 - apresentação de 4 elementos;					
4,1 a 5 - apresentação de todos os elementos.					
Relato de Soluções de Comunicação (Relato 2)					
a) a existência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de Comunicação Institucional em carta-relato;					
b) a demonstração de que a solução de Comunicação Institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;		4,8	4,8	4,5	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;					
d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de Comunicação Institucional desenvolvidas pela licitante para seu cliente;	5				4,7
e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante;					
CRITÉRIO OBJETIVO DA SUBCOMISSÃO PARA NOTA		JUSTIFICATIVA: Ação contou com uma dose forte de criatividade, trazendo a união de dois universos que muitas vezes parecem antagônicos: tecnologia e literatura.			
0 - não apresentação dos elementos;		A ação ainda promove o debate de passado e futuro, promovendo um pensamento analítico e reflexão social além de trazer a academia brasileira de letras e o escritor do Machado de Assis.			
0,1 a 1 - apresentação de 1 elemento;					
1,1 a 2 - apresentação de 2 elementos;					
2,1 a 3 - apresentação de 3 elementos;					
3,1 a 4 - apresentação de 4 elementos;					
4,1 a 5 - apresentação de todos os elementos.					
					24,4



Documento assinado digitalmente
FABIO JOSE OLIVEIRA MONTEIRO
Data: 23/02/2026 11:30:28-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

7128
2026-02-
20 16:13:

Assinado digitalmente
por 5973
Localização:
COORDENADORA -
SPLAN/GEMAC/COM
UN

27. O Sr. Fábio assinou o documento com as notas da STA, portanto, às 11:30:28 do dia 23 de fevereiro de 2026, mesma data de realização da Segunda Sessão Pública, sendo que o cotejamento que possibilitou a identificação da autoria de cada uma das propostas se encerrou

antes de 11h26, considerando-se que foi o horário em que a sessão foi interrompida, conforme se percebe da própria gravação disponibilizada pela Contratante em seu [site](#).

28. É possível observar da gravação da sessão, disponibilizada pelo BASA, que:

Momento da gravação	Fato ocorrido
53'19"	O conceito da STA é identificado
55'12"	A Sra. Ana Amélia, da Comissão, se levanta para se retirar da sala em que está ocorrendo a sessão
58'05	O presidente da Comissão e o Sr. Rodrigo também começam a se retirar da sala
59'02"	A gravação da sessão é interrompida e não é possível ver o momento em que os membros da Comissão retornam à sala. Posteriormente, a gravação recomeça
01'02"	Às 11h26 min, a Sessão é suspensa
-	Às 11h30min e 26seg, o Sr. Fábio assina a planilha com as notas da STA

29. Às 13h48min a sessão é retomada e a Sra. Ana afirma que *"eu como membro da área técnica fui buscar no Anexo da [inaudível] do Banco onde fica localizado o almoxarifado, o arquivo geral, o envelope com as notas da Subcomissão pra que os credenciados examinem que tá lacrado"*.

30. Ou seja, está muito claro que o envelope com as notas não estava de posse da Comissão e, tampouco, estava lacrado antes das 11h30min e 26seg, já que foi o momento em que o Sr. Fábio assinou a planilha com as notas da licitante mais bem colocada no certame. Momento esse que,

repisa-se, **é posterior à identificação de qual era o conceito das licitantes, ou seja, já não havia mais dúvida sobre a autoria das propostas.**

31. Sublinha-se, neste ponto, que a assinatura digital, por sua natureza técnica, revela, com precisão, quando o documento foi efetivamente validado pelo signatário e representa a consolidação formal da avaliação individual.

32. Enquanto não aposta, a nota não se encontra definitivamente exteriorizada como manifestação de vontade acabada do julgador. Assim, se a assinatura foi realizada após a identificação das propostas, é inevitável reconhecer que, naquele momento, o avaliador já tinha ciência inequívoca acerca da autoria da proposta cuja pontuação estava formalizando. **Portanto, cristalino o fato de que o julgamento deixou de ser integralmente apócrifo e passou a violar frontalmente as disposições da Lei nº 12.232/10.**

33. Não se exige prova de que a nota foi alterada ou manipulada, de modo que a própria quebra da blindagem procedimental já configura violação ao modelo legal.

34. Ora, sabe-se que o julgamento apócrifo deve ser preservado em sua integralidade, desde o início da análise até a consolidação final das notas, de modo que **qualquer fissura nesse intervalo compromete a higidez do processo**, porquanto introduz elemento de dúvida relevante e objetiva quanto à higidez da avaliação.

35. **E, curiosamente, a nota assinada por último foi justamente da licitante mais bem colocada no certame.**

36. Nesse sentido, o artigo 12 da referida Lei é categórico ao determinar que o descumprimento por parte dos agentes responsáveis pela licitação dos dispositivos destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação sem o conhecimento de sua autoria implicará a **anulação do certame**. *In verbis:*

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4o do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

37. Nessa linha, o Tribunal de Contas da União já consignou que *“A quebra de princípio considerado fundamental à garantia de transparência e lisura do certame, dando azo à ocorrência de fraude, impõe a sua anulação, ainda, que a fraude não esteja cabalmente comprovada nos autos.”* (TCU, Plenário, Acórdão 945/2009, Rel. Min. Augusto Nardes, Processo 032.032/2008-0. Tipo de processo Denúncia (Den). Data da sessão: 06/05/2009. (Grifamos).

38. Importa rememorar fato que se assemelha ao ora ocorrido no procedimento licitatório SESC/ARRJ nº 01/2022 e SENAC ARRJ nº 001/2022, que foi suscitado pela Nova/SB Comunicação S/A e ocasionou a apresentação de Representação perante o Tribunal de Contas da União.

39. No certame em comento, a Nova alegou que:

a.3) conforme registrado em ata, após a identificação de cada uma das propostas técnicas apócrifas das agências, os membros se retiraram da sala em que estavam as licitantes para elaborar planilha de pontuação em área reservada, sem divulgar qualquer pontuação e sequer realizar a abertura das atas de julgamento das propostas técnicas em público;

a.4) questionados sobre essa quebra de rito e transparência, os membros da comissão alegaram a necessidade de somar as notas em um computador, uma vez que a sala não tinha o equipamento, nada obstante imagem do mesmo dia e local em que ocorria a sessão pública (peça 1, p. 7) demonstra a disponibilidade de um computador [notebook] com cabo de rede (fio azul com conector em cima do aparelho);

a.5) fugindo ao padrão de transparência que empregou nas sessões seguintes, a Comissão Permanente de Licitação sequer realizou registro audiovisual da terceira sessão, sendo os fatos descritos registrados em ata somente após insistência da ora representante;

a.6) restavam evidenciadas graves e insanáveis nulidades no certame: “os membros retiraram o sigilo das propostas de cada uma das três propostas, sem a devida abertura pública das atas de julgamento das Propostas Técnicas e a necessária divulgação das pontuações” (p. 6-7, grifos originais retirados);

a.7) além de contrariar os princípios basilares da licitação, a identificação das propostas apócrifas com realização de somatória das pontuações em sala reservada e distante dos representantes dos licitantes, sem qualquer transparência e publicidade, abria margem para ocorrência de fraude (a exemplo da possibilidade de planilhas com pontuações distintas a serem selecionadas reservadamente após a identificação da autoria), que devia ser evitada justamente pela publicidade dos atos de abertura dos envelopes e somatória das pontuações; [...]

40. Isso posto, na Instrução Processual, a Selog do TCU foi muito clara ao se manifestar no seguinte sentido:

15.4. Vê-se que, em princípio, a identificação dos Invólucros de no 1 (PCPs apócrifas avaliadas e pontuadas pela ST) a partir da abertura e conferência com os Invólucros no 2 (PCPs identificadas) e o somatório das pontuações técnicas (Invólucros 1 e 3) devem ser realizados na 2ª sessão pública, não prosperando o arguido no item 24 da análise recursal (transcrito no item 15.2 retro), quanto ao edital não prever vedação à retirada da sala da sessão pública e exigência de confecção da planilha na referida sala. Tal vedação e tal exigência são depreendidas do teor dos itens 18.3 e 28.5 do edital (transcritos, respectivamente, no subitem a.8 do item 3 retro e no item 15.11 adiante), além dos deveres gerais da publicidade e da transparência.

15.5. Por sua vez, o arguido nos itens 19 e 20 da referida análise recursal (transcritos também no item 15.2 retro) tem redação truncada, aparentando corresponder, ao menos em parte, à seguinte alegação apresentada em sede de contrarrazões (peça 1, p. 91): “a acusação que se chama de ‘possibilidade’ seria altamente impraticável ao passo que teria que fundamentar e datar várias justificativas diferentes para as mesmas propostas”. Tal alegação também se mostra impertinente, dada que sua praticidade é inversamente proporcional ao número de licitantes, bastando, no caso em tela, três alternativas de pontuações/justificativas distintas pré-estabelecidas para a escolha reservada de uma delas a ser levada à sessão pública.

15.6. Nesse sentido, o prazo aparentemente exíguo de 10 minutos entre a saída e o retorno dos membros da Comissão Especial Mista de Licitação (CEML) à sessão pública, que em tese atenuaria os riscos de fraude, mostra-se na prática suficiente à hipótese em questão.

15.7. Recordar-se que as notas dos três quesitos mais objetivos foram dadas pela ST com conhecimento prévio das respectivas proponentes (Invólucro no 3: quesitos Capacidade de Atendimento, valendo 30 pontos, Repertório e Relatos de soluções de problemas de comunicação, valendo 10 pontos cada), enquanto a nota do quesito menos objetivo foi dada sem tal conhecimento (Invólucro no 1: PCP, valendo 50 pontos, distribuídos por quatro subquesitos).

15.8. A lisura do certame está fundada na **ampla publicidade dos atos da Comissão Especial Mista de Licitação (CEML) e do julgamento pela ST dos PCPs apócrifos que compõem a essência criativa das propostas técnicas. Tal o cuidado com essa isenção, que a segregação de funções pertinente inclui a proibição de que os integrantes da ST participem das sessões públicas** (1a, 2a e 3a), nas quais são recebidos e abertos os invólucros com as propostas técnicas e de preços (item 18.1.4 do edital – peça 4, p. 30).

15.9. A retirada de membros do CEML da sessão pública, sem dar conhecimento às licitantes das notas técnicas “apócrifas” (atribuídas às licitantes quando ainda não identificadas, para seus respectivos PCPs), e seu retorno à sessão pública com o somatório daquelas notas com as notas “não- apócrifas” (atribuídas às licitantes identificadas, para os demais quesitos técnicos), notadamente importa procedimento temerário, que não garante completa lisura nem transparência, sequer assegurando que os membros da ST não tenham participado direta ou indiretamente dos atos da sessão pública realizados fora de seu ambiente público (nesse caso, pondo em risco o fixado no citado item 18.1.4 do edital). [...]

15.11. Assim, os fatos narrados indicam também descumprimento do item 28.5 do edital (peça 4, p. 38): “28.5 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes”. [...]

15.14. Em função do exposto, considera-se que **há plausibilidade jurídica nas irregularidades tratadas nesse tópico, em suma, caracterizadoras do descumprimento dos princípios da transparência e da publicidade;** arts. 2o e 3o do RLC do Sesc e do Senac, bem assim dos itens 18.3 e 28.5 do edital.

41. Note-se a importância da constatação feita pelo TCU no item 15.9 acima, no sentido de que **a retirada dos membros da Comissão da sessão pública sem dar conhecimento das notas técnicas das licitantes após o cotejamento das propostas é, claramente, um procedimento temerário que viola a lisura e a transparência do certame.**

42. É importante salientar, no entanto, que no processo retromencionado a decisão tomada foi pela improcedência da Representação, pois após as oitivas das partes constatou-se que **as notas haviam sido divulgadas antes de a CEL se retirar da sala na qual estava ocorrendo a Sessão Pública**, de modo que as licitantes já tinham conhecimento das pontuações recebidas e apenas os somatórios foram feitos em local apartado.

43. No entanto, tal sorte evidentemente não deve assistir ao procedimento licitatório ora vergastado, uma vez que a Comissão **realizou o cotejamento, identificando as licitantes por meio dos conceitos, retirou-se da sala após a suspensão da sessão e voltou ao recinto trazendo o envelope contendo as notas atribuídas às propostas das licitantes** que, inclusive, foram assinadas **após a identificação da autoria das propostas**. E, pasme: tudo isso está **gravado e registrado em ata**. Ou seja, não bastou o incorreto proceder da Comissão, como ainda há conjunto probatório vasto e suficiente para atacar a lisura do certame, **já que a planilha de julgamento contendo as notas da licitante mais bem classificada na licitação foi assinada depois que a autoria das propostas foi conhecida**.

44. Nesse sentido, reitera-se o conteúdo do artigo 12 da Lei nº 12.232/10, que determina a necessidade de se anular certame em que a conduta de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação implique em violação aos dispositivos da referida Lei que visam garantir o julgamento do plano de comunicação sem o conhecimento de sua autoria. O referido dispositivo se amolda perfeitamente à situação aqui esboçada.

45. Em face das nulidades cabalmente demonstradas, a d. Comissão Especial ou autoridade competente tem a oportunidade de exercer a autotutela e anular o certame, evitando, assim, maiores prejuízos às entidades com a prorrogação de procedimento viciado e anulação posterior do certame em outras instâncias.

III. RAZÕES PARA MAJORAR A NOTA ATRIBUÍDA À RP BRASIL

46. Superada a preliminar de nulidade, que por si só já compromete a higidez do certame, impõe-se enfrentar, com a mesma seriedade técnica e jurídica, as razões que conduzem à necessária majoração da nota atribuída à RP Brasil.

47. O que se verifica no julgamento realizado é um manifesto descompasso entre as justificativas lançadas pela Subcomissão Técnica e as pontuações efetivamente conferidas, em violação direta ao dever de motivação dos atos administrativos e que constitui garantia essencial de legalidade, transparência e controle.

48. A Constituição da República, ao consagrar os princípios da legalidade, impessoalidade e moralidade, exige que toda decisão administrativa seja racionalmente fundamentada, especialmente quando produz efeitos concretos sobre direitos e interesses de particulares.

49. No âmbito do processo licitatório, esse dever assume relevo ainda maior, ao passo que a atribuição de notas em julgamento técnico não é exercício discricionário imune a controle, mas atividade vinculada aos critérios previamente estabelecidos no Edital.

50. Considerando-se que a Administração seleciona determinadas propostas, atribuindo a umas pontuações mais elevadas do que a outras, como no caso, parece lógico que seja compelida a justificar explicitamente os motivos para tais diferenciações. Do contrário, será inviável o controle da legalidade e legitimidade dos atos atinentes ao procedimento licitatório ou da efetiva observância dos princípios norteadores da licitação (art. 5º da Lei 14.133/21).

51. Nesta linha, Marçal Justen Filho leciona que *"a motivação deriva, justamente, da necessidade de justificar toda e qualquer decisão administrativa. Assegura a racionalidade do ato e sua submissão ao direito, além de facilitar o exercício da fiscalização e do controle"* (Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Dialética).

52. A motivação não se satisfaz com enunciados genéricos ou observações vagas, devendo revelar nexo lógico entre a avaliação realizada e a pontuação atribuída, sob pena de nulidade do ato por ausência ou insuficiência de fundamentação.

53. Assim, quando a própria justificativa é predominantemente elogiosa, reconhecendo, por exemplo, aderência ao briefing, consistência estratégica, criatividade, viabilidade e coerência interna, mas a nota concedida se afasta do patamar máximo sem explicitação objetiva de falhas concretas, rompe-se essa necessária correspondência lógica.

54. No caso da RP Brasil, a análise atenta das avaliações demonstra que a Subcomissão reconheceu, de forma reiterada, a qualidade técnica da proposta. A despeito disso, deixou-lhe de atribuir a nota máxima.

55. No Raciocínio Básico, a Subcomissão reconheceu que a RP Brasil compreendeu as iniciativas recentes do Banco da Amazônia, sua atuação regional e nacional e seu posicionamento no campo da comunicação. Registrou consistência no diagnóstico e alinhamento com o briefing. A única ressalva foi genérica, no sentido de que poderiam ter sido agregados mais dados para ancorar a leitura de mercado, sem indicação objetiva de quais dados estariam ausentes ou de que modo isso comprometeria a análise. Diante de justificativas majoritariamente positivas, a nota 8,9 não reflete o conteúdo reconhecido na própria avaliação, razão pela qual deve ser elevada ao patamar máximo.

56. Quanto à Solução de Comunicação, as justificativas são amplamente elogiosas. A Subcomissão destacou robustez na escolha de influenciadores, harmonia visual, criatividade das peças, exequibilidade das ações e alinhamento com os objetivos de comunicação. As ressalvas registradas são pontuais e imprecisas, não evidenciam inadequação substancial e não justificam a subtração expressiva de pontos. A pontuação concedida não corresponde ao teor das próprias avaliações, devendo ser revista para refletir o reconhecimento expresso de qualidade técnica.

57. Na Estratégia de Comunicação, a proposta apresentou conceito estruturante claro, desdobrado em eixos temáticos coerentes com o diagnóstico e alinhados às diretrizes do briefing, contemplando sustentabilidade, tecnologia, presença regional e expansão nacional. Foram indicados canais, iniciativas de fortalecimento institucional e parâmetros de avaliação de resultados. As críticas lançadas são genéricas e não demonstram falha estrutural ou descumprimento de exigência editalícia. A nota atribuída, significativamente inferior ao total possível, não se sustenta diante do reconhecimento de coerência entre diagnóstico e proposição estratégica, impondo-se sua majoração.

58. No Plano de Implementação, a RP Brasil apresentou cronograma compatível com a duração da campanha, organização temporal das ações e encadeamento lógico entre preparação e execução. A proposta demonstrou viabilidade operacional e integração com a estratégia delineada. As observações feitas pela Subcomissão não indicam descumprimento de critérios objetivos, tampouco comprometem a exequibilidade do plano. A nota atribuída mostra-se inferior ao que o conteúdo efetivamente apresentado autoriza.

59. Por fim, nos Relatos de Soluções de Comunicação, a RP Brasil apresentou cases com descrição clara do problema enfrentado, estratégia adotada, ações implementadas e resultados alcançados, evidenciando atuação estratégica consistente e mensurável. Não há, nas justificativas, apontamento de insuficiência técnica relevante que justifique redução significativa de pontuação.

60. Em todos os subquesitos, repete-se o mesmo padrão de reconhecimento de qualidades técnicas acompanhado de pontuação que não traduz esse reconhecimento. A motivação administrativa deve permitir compreender, de forma objetiva, a razão da diferença entre a proposta apresentada e a nota conferida.

61. Ausente essa correspondência lógica, impõe-se a revisão das pontuações, com a consequente majoração da nota atribuída à RP Brasil, para que o resultado final do certame reflita, de maneira coerente e juridicamente adequada, o conteúdo efetivamente avaliado pela própria Subcomissão Técnica.

62. Assim, à luz do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, da motivação dos atos administrativos, da isonomia entre os licitantes, é imperativa a majoração da pontuação atribuída à RP Brasil, adequando-a ao conteúdo real de sua proposta e aos fundamentos expressamente reconhecidos pela Subcomissão Técnica.

A) RACIOCÍNIO BÁSICO

63. No âmbito do Raciocínio Básico da proposta da RP Brasil, a comissão julgadora apresentou dez justificativas para a nota atribuída, sendo nove consideradas positivas e apenas uma trazendo uma ressalva. Ainda assim, essa única ressalva resultou na retirada de 1,1 ponto percentual na nota final, que ficou em 8,9. A própria avaliação demonstra que o referido raciocínio foi considerado bastante adequado em todos os níveis, apontando, por exemplo, que a RP Brasil entendeu as

iniciativas recentes do banco e sua múltipla forma de atuação em diferentes regiões onde atua. Trata-se, portanto, de um reconhecimento explícito de que houve entendimento completo do contexto apresentado.

64. No entanto, ao mesmo tempo em que reconhece esse entendimento amplo e consistente, a comissão registra uma observação no sentido de que poderiam ter sido trazidos mais dados para ancorar a leitura e a percepção de mercado.

65. Essa colocação não especifica quais dados seriam necessários ou insuficientes e não indica de forma objetiva onde estaria a fragilidade da análise. Há, assim, uma incongruência entre o reconhecimento de que o licitante compreendeu como o Banco da Amazônia está posicionado no mercado, especialmente no campo da comunicação, perante a sociedade e a opinião pública, e a penalização aplicada com base em uma ressalva genérica.

66. A proposta apresentada trouxe pesquisa com jornalistas, estudo comparativo e um conjunto de informações que embasam o raciocínio desenvolvido. A própria comissão reconheceu a importância desse material, que fundamenta o raciocínio básico e sustenta a estratégia apresentada. A estratégia, por sua vez, responde completamente ao que foi construído no raciocínio, demonstrando coerência interna entre diagnóstico e proposição estratégica.

67. Diante disso, a nota final de 8,9 não condiz com o próprio descritivo elaborado pela comissão julgadora, que majoritariamente reconhece a adequação e consistência do trabalho apresentado.

68. Consoante adiantado, em atenção ao princípio da motivação dos atos administrativos, na hipótese de ser atribuída nota inferior à máxima, a Subcomissão possui o dever de explicitar e fundamentar as razões que motivaram a conferir tal pontuação, a fim de garantir a possibilidade de exercer o devido contraditório e a ampla defesa. Contudo, não foi o que ocorreu.

69. O que se verifica no caso ora sob análise é a manifesta contradição, incongruência e incompatibilidade entre a justificativa manifestamente elogiosa apresentada pela Subcomissão Técnica e a nota atribuída à RP Brasil.

70. Assim, diante do reconhecimento expresso de que houve entendimento das iniciativas do banco, de sua forma de atuação e de seu posicionamento no campo da comunicação, e considerando que a ressalva feita não especifica objetivamente quais dados estariam ausentes ou insuficientes, pede-se a reconsideração da nota atribuída ao Raciocínio Básico da proposta da RP Brasil, de modo que a pontuação seja majorada ao máximo para refletir efetivamente o conteúdo positivo descrito pela própria Subcomissão Técnica.

B) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

71. Ao adentrar à Estratégia de Comunicação, ressalta-se que a comissão julgadora realizou uma avaliação geral da proposta, afirmando que faltaria robustez na estratégia, que não estaria claro como ela avançaria ou aprimoraria as iniciativas e estratégias atuais, e que o novo posicionamento proposto soaria frio, excessivamente literal e genérico.

72. Contudo, a proposta buscou um conceito estruturante, amplamente explicado no documento, que é o do protagonista da mudança que importa, apontando o Banco da Amazônia para o futuro, para a mudança da região e para a mudança do próprio banco em direção à sustentabilidade. Esse direcionamento está claramente apresentado e fundamenta toda a construção estratégica.

73. Quando se afirma que não houve aprofundamento ou desdobramento, trata-se de uma afirmação discutível, pois foram apresentados dois eixos temáticos muito claros, justamente para trabalhar esse avanço: a linha socioambiental e a linha relacionada à tecnologia, que hoje são dois dos principais ativos buscados no mercado financeiro. Além disso, o posicionamento estratégico contempla o enraizamento local, a presença nacional e a relação entre o banco comercial e o digital.

74. Toda essa construção foi ancorada nas pesquisas realizadas com jornalistas, na avaliação de como o banco é retratado na mídia nacional e regional e, também, nas redes sociais. A estratégia foi um desdobramento direto do diagnóstico apresentado no Raciocínio Básico, como orientam as boas práticas da comunicação contemporânea, respondendo aos pontos identificados na análise inicial.

75. Também foi sugerido um aprimoramento concreto, com a adesão a plataformas como TikTok e Kwai. Trata-se de uma proposta contemporânea, que avança sobre o que já existe e amplia a

presença do banco em canais estratégicos. Portanto, não procede a afirmação de que não haveria avanço ou aprimoramento das iniciativas atuais.

76. Quanto à alegação de que não foram apontados indicadores de sucesso, estes estão claramente descritos no item final da estratégia. Foram indicados como metas o aumento de reportagens, o aumento da base de clientes e a melhoria na percepção identificada no diagnóstico e nas pesquisas de opinião, de modo que o novo posicionamento seja percebido tanto pelos jornalistas quanto pelo público. Para um banco, o aumento do número de clientes é indicador central. Esses elementos estão explicitados como parâmetros de avaliação da efetividade da estratégia.

77. Dessa forma, a estratégia apresentada é condizente com o diagnóstico, responde aos pontos identificados e estrutura uma proposta abrangente, alinhada à complexidade do Banco da Amazônia, ao seu posicionamento regional e nacional, e à sua atuação em sustentabilidade e tecnologia. Causa, portanto, surpresa a nota atribuída, 15,8 pontos de um total de 25, por não refletir o conteúdo efetivamente apresentado e a coerência entre diagnóstico e estratégia.

78. Diante disso, é justo e necessário que a Subcomissão proceda à reavaliação da pontuação atribuída à estratégia de comunicação, a fim de majorá-la, de modo que a nota reflita adequadamente o que foi desenvolvido na proposta.

C) SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

79. No que diz respeito à Solução de Comunicação apresentada pela RP Brasil, a leitura detida das justificativas lançadas pela Subcomissão Técnica conduz, inevitavelmente, a uma indagação central que não pode ser ignorada: como é possível que um conjunto de avaliações predominantemente elogiosas tenha resultado em pontuação que, na prática, traduz juízo significativamente inferior ao reconhecimento externado pelos próprios avaliadores?

80. Foram registradas sete justificativas para a nota atribuída. Dentre elas, **apenas uma** apresenta ressalva pontual. As demais são majoritariamente positivas, ressaltando que os dados dos influenciadores foram trazidos de forma robusta e bem detalhada, que as peças-tipo soam interessantes para o interesse do banco, que a identidade visual é esteticamente harmônica e conta com equilíbrio visual, que há ideias com boas doses de criatividade, que as propostas são exequíveis

e que dialogam com os objetivos de comunicação. Ou seja, os elementos descritos são amplamente favoráveis à proposta.

81. Entretanto, ao se observar a nota atribuída, ela não reflete esse conjunto de justificativas positivas. De um total possível de 25 pontos, foi atribuída a nota 17,4, o que, pela escala, aproxima-se muito mais de uma avaliação regular do que de uma avaliação majoritariamente positiva.

82. Evidente que há uma disparidade evidente entre o conteúdo das justificativas, que reconhecem qualidades importantes da solução apresentada, e a pontuação efetivamente concedida.

83. A motivação do ato administrativo deve permitir a compreensão clara do caminho lógico percorrido pelo julgador. Não se exige concordância da licitante com o resultado, mas é imprescindível que a fundamentação revele nexos diretos entre a avaliação qualitativa e a nota atribuída.

84. Quando a justificativa é predominantemente elogiosa e, ainda assim, culmina em pontuação significativamente inferior ao máximo, impede-se o controle da legalidade do ato e frustra o pleno exercício do contraditório.

85. Ora, não se sabe, com precisão, qual elemento concreto teria sido considerado inadequado a ponto de justificar redução tão significativa de pontuação. Fato é que, sem identificação clara da falha, não há como demonstrar tecnicamente sua improcedência ou irrelevância. A ausência de densidade argumentativa esvazia o controle do ato e compromete a transparência do certame.

86. Entre as ressalvas, há um apontamento extremamente impreciso, afirmando que a numeração das peças parece não refletir os números constantes nos anexos impressos. Tal observação é incompreensível, pois as numerações estão corretas e correspondem à listagem apresentada ao final da proposta. Não é possível identificar onde estaria o suposto erro. O uso do verbo “parece” também não se mostra adequado nesse contexto, pois ou houve descumprimento ou não houve. A indicação de que algo “parece” não refletir os números não esclarece objetivamente qual seria a falha.

87. A outra ressalva afirma que as peças apresentam possibilidades limitadas de atender aos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Contudo, há contradição interna nas próprias

justificativas, pois em outro ponto a Subcomissão afirma que as ações apresentam boas ideias, qualidade, são legítimas e dialogam com os objetivos de comunicação.

88. Em um trecho se afirma que dialogam com os objetivos, em outro se sugere limitação nesse atendimento. Não fica clara, portanto, qual é a posição efetiva da Subcomissão: se houve ou não atendimento aos objetivos estabelecidos.

89. Além disso, ao comentar os vídeos, a Subcomissão reconhece expressamente que apresentam tom regional e fogem de estereótipos, o que evidencia ampliação e não limitação de possibilidades. Ao trazer abordagens que evitam estereótipos e reforçam o contexto regional, a proposta amplia o campo de atuação comunicacional, em vez de restringi-lo.

90. Diante desse cenário, a nota atribuída não se mostra resultado lógico das razões expostas. E quando não há correspondência entre fundamentação e resultado, o ato administrativo revela vício de motivação.

91. A Constituição e a legislação de regência impõem que decisões administrativas, especialmente aquelas que produzem efeitos concretos sobre direitos e interesses de particulares, sejam suficientemente motivadas, de forma clara e congruente. A atribuição de notas em julgamento técnico não é ato discricionário imune a controle, mas atividade vinculada aos critérios do Edital e submetida ao princípio da motivação.

92. A Administração não pode reconhecer qualidades substanciais e, ao mesmo tempo, atribuir nota incompatível com esse reconhecimento, sem explicitação objetiva e consistente das razões que justificariam tal discrepância.

93. Diante do exposto, impõe-se a reavaliação da pontuação atribuída à Solução de Comunicação da RP Brasil, com a necessária majoração da nota, de modo a restabelecer a coerência entre as justificativas registradas e o resultado final.

D) PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

94. No que se refere ao Plano de Implementação, a proposta da RP Brasil seguiu as melhores práticas de mercado da comunicação integrada contemporânea. O briefing definiu uma campanha

de seis meses, com grande abrangência nacional, regional e local, contemplando diversas temáticas e públicos distintos.

95. Diante desse cenário, a opção foi estruturar várias ações simultâneas, pois seis meses, embora não seja um prazo ínfimo, é um período curto quando se considera a amplitude territorial, a diversidade de públicos e a complexidade dos assuntos a serem tratados. Não seria possível tratar todos esses temas de forma sequencial sem comprometer a efetividade da campanha.

96. Por essa razão, foi concebida uma lógica clara de implementação: no início, há uma concentração de ações estratégicas de preparação, planejamento e organização, e, na sequência, iniciam-se as ações efetivas de relacionamento com a imprensa, produção de conteúdo e demais frentes previstas. Trata-se de ações organizadas no tempo, com encadeamento lógico. Todas estão apresentadas com clareza na proposta, ao contrário do que afirma a justificativa da comissão julgadora.

97. Não há dúvida quanto ao encadeamento das ações. Há atividades previstas para o primeiro mês com foco em preparação e estruturação, e, ao mesmo tempo, já se iniciam ações que não poderiam ser postergadas, considerando o prazo total da campanha. Em uma iniciativa tão abrangente, com públicos diversos e atuação em ambientes nacionais, regionais, estaduais e locais, não seria razoável destinar um mês inteiro apenas à preparação, sob pena de comprometer a execução global em um cronograma já limitado em seis meses.

98. Assim, não é compreensível a afirmação de que ações com relação de causa e efeito teriam sido apresentadas de forma conjunta no início. Elas foram apresentadas porque era necessário demonstrar a totalidade do plano e sua lógica integrada, mas estão descritas com especificidade e clareza quanto ao que é feito em cada etapa.

99. Além disso, as próprias justificativas da Subcomissão, ao analisarem as Solução de Comunicação, **reconhecem que as ações foram bem escolhidas e bem definidas**, o que reforça que o Plano de Implementação está alinhado à Estratégia apresentada.

100. Entretanto, apesar desse reconhecimento nas justificativas, a nota atribuída foi 9,4 em um total possível de 15 pontos, o que não condiz com o conteúdo efetivamente apresentado.

101. O Plano de Implementação é explicativo, organizado no tempo e diretamente relacionado ao que foi construído na estratégia, demonstrando coerência e aderência ao briefing.

102. Diante disso, a RP Brasil requer a reconsideração da nota atribuída a esse quesito, a fim de que seja majorada, para que haja coerência entre o que foi reconhecido nas justificativas e a pontuação concedida.

E) RELATOS

103. No que se refere aos Relatos de casos apresentados pela RP Brasil, é possível identificar diferença substancial em relação aos cases apresentados pelas demais empresas, especialmente no que diz respeito à clareza do papel desempenhado pela agência, à demonstração da estratégia adotada e aos resultados alcançados.

104. O primeiro case apresentado é o do Parque Bondinho Pão de Açúcar, relacionado à implantação da tirolesa. Havia um problema real de comunicação, com agenda negativa em torno da instalação do serviço. A partir desse cenário adverso, foi estruturada estratégia para reposicionar o projeto, enfatizando seu caráter sustentável. Foram promovidos encontros com a imprensa, com influenciadores e com a associação de moradores da Urca, no Rio de Janeiro, criando espaços de diálogo e esclarecimento.

105. Ao longo do trabalho de comunicação, a imagem inicialmente negativa da tirolesa foi reequilibrada, passando a incorporar também a dimensão sustentável do projeto. O noticiário, que antes apresentava cobertura predominantemente negativa, passou a refletir abordagem mais equilibrada, demonstrando impacto concreto da atuação estratégica.

106. O segundo case refere-se à TIM como patrocinadora do Rock in Rio. Nesse caso, houve atuação conjunta com a empresa de telefonia para posicioná-la como protagonista nas áreas de tecnologia, entretenimento, cultura e conexão 5G. Foi desenvolvido trabalho de aproximação com imprensa, clientes e moradores do Rio de Janeiro, sempre conectando a marca TIM à dimensão cultural e tecnológica do evento. O resultado foi alto engajamento nas redes sociais da empresa em

associação ao Rock in Rio, evidenciando que a estratégia produziu efeito mensurável e alinhado aos objetivos de posicionamento.

107. Diferentemente dos Relatos apresentados por STA e PBC, nos quais não se identifica com clareza qual foi a intervenção estratégica da agência ou qual foi o diferencial da atuação, os cases da RP Brasil demonstram problema inicial claramente definido, estratégia estruturada, ações implementadas e resultado alcançado.

108. Evidenciam, portanto, atuação integrada da agência em parceria com o cliente, especialmente em situações desafiadoras de comunicação, o que reforça a consistência técnica e a capacidade estratégica da empresa.

109. Desse modo, fica claro que o julgamento realizado deve ser reconsiderado, a fim de que a nota da licitante seja majorada também em relação aos Relatos.

IV. RAZÕES PARA REDUZIR A PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À STA

110. Superadas as inconsistências verificadas na avaliação da Proposta Técnica da Recorrente, passa-se a demonstrar detidamente as razões pelas quais a pontuação atribuída à STA deve ser necessariamente reduzida.

111. Se, por um lado, a análise da proposta da RP Brasil revela incongruências entre as justificativas apresentadas e as notas que lhe foram atribuídas, impondo a necessária majoração de sua pontuação, por outro lado, o exame criterioso da avaliação conferida à STA evidencia movimento inverso igualmente incompatível com o regime jurídico que rege o certame: a atribuição de notas máximas ou quase máximas dissociadas das próprias ressalvas consignadas pela Subcomissão Técnica e do conteúdo efetivamente apresentado na proposta.

112. O julgamento técnico, sobretudo em licitação do tipo melhor técnica, não admite assimetrias na aplicação dos critérios avaliativos. A mesma régua que serve para mensurar eventuais insuficiências de uma proposta deve ser aplicada com idêntico rigor às demais, em observância ao princípio da isonomia, consagrado tanto na Constituição, quanto na Lei Geral de Licitações.

113. Sublinha-se que a isonomia não se trata apenas em igualdade formal de participação, mas na uniformidade de critérios, na coerência interna do julgamento e na correspondência lógica entre o que se aponta como virtude ou fragilidade e a repercussão concreta disso na pontuação final.

114. No caso da STA, verifica-se, muito embora a própria Subcomissão tenha registrado apontamentos negativos relevantes em determinados subquestitos, reconhecendo ausências, fragilidades argumentativas e lacunas técnicas, essas observações **não** refletiram proporcionalmente nas notas atribuídas.

115. Em alguns casos, mesmo diante de ressalvas expressas, foram concedidas pontuações máximas e em outros, falhas estruturais receberam impacto mínimo na avaliação final. Essa dissociação compromete a coerência do julgamento e gera distorção competitiva, na medida em que critérios aparentemente rigorosos para uma licitante mostraram-se flexíveis para outra.

116. Na linha do que já fora defendido ao longo desta peça, a motivação do ato administrativo, como garantia constitucional e princípio estruturante do direito administrativo, exige consistência lógica entre causa e efeito, de modo que, quando a justificativa aponta deficiência concreta, espera-se que tal deficiência produza repercussão mensurável na nota.

117. Nesse cenário, se a pontuação permanece inalterada apesar dos apontamentos negativos, instala-se dúvida legítima sobre a uniformidade dos critérios aplicados para as licitantes, especialmente quando se observa que pequenas ressalvas geraram subtração relevante de pontos para uma licitante, e não tiveram qualquer impacto na pontuação de outra.

118. Esse cenário de inconsistências na atribuição de notas à STA, torna impossível deixar de notar que tais incongruências surgem em um contexto procedimental já marcado por circunstâncias atípicas, anteriormente apontadas na preliminar, especialmente no que se refere à formalização das avaliações da Recorrida em momento posterior à identificação das propostas, com assinatura digital lançada após o cotejamento público das autorias.

119. Ainda que cada aspecto deva ser analisado com a devida cautela e autonomia, causa natural perplexidade que, justamente em um ambiente em que a consolidação das notas ocorreu sob questionamentos temporais objetivos, também se verifique descompasso entre ressalvas expressamente consignadas e a manutenção de pontuações máximas.

120. Não se afirma, evidentemente, qualquer conclusão precipitada, mas é inegável que a coincidência desses elementos, constitui dado que, em tese, dialoga com a preocupação já externada quanto à necessidade de máxima transparência e rigor na condução do certame, reforçando a importância de revisão cuidadosa do julgamento para dissipar qualquer dúvida razoável acerca de sua plena lisura.

121. Assim, nos itens que se seguem, será demonstrado, de forma detalhada, que a pontuação atribuída à STA deve ser revista e reduzida, à luz dos próprios parâmetros do Edital e das justificativas efetivamente consignadas pela i. Subcomissão Técnica, em observância ao princípio da isonomia e ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

A) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

122. Ao se examinar a Estratégia de Comunicação apresentada pela STA, à luz dos próprios parâmetros fixados no edital e das justificativas registradas pela Subcomissão Técnica, torna-se evidente a necessidade de readequação da pontuação atribuída, pois há nítido descompasso entre o conteúdo efetivamente desenvolvido e a nota máxima que lhe foi conferida em determinados subquestos.

123. Neste subquesto, a avaliação da Subcomissão consignou, expressamente, que a defesa da linha não se apresentou de maneira suficientemente aprofundada e que faltou maior densidade na sustentação dos indicadores de desempenho. Mas, ainda assim, a proposta recebeu nota máxima.

124. Este fato, por si só, já revela manifesta incongruência. Ora, se a própria fundamentação reconhece fragilidades na defesa conceitual e ausência de aprofundamento em KPIs, **não há justificativa plausível para que tais aspectos não tenham produzido qualquer impacto na pontuação.**

125. Não obstante, quando se analisa atentamente as avaliações de ambas as licitantes referentes ao Subquesto 2, é possível verificar que, enquanto para a RP Brasil uma pequena ressalva na avaliação resultou em significativa subtração da pontuação, no caso da STA, a despeito dos apontamentos claramente negativos, foi-lhe atribuída nota máxima.

126. Evidente, portanto, que há incontestável discrepância no tratamento que foi conferido às licitantes por oportunidade do julgamento das propostas técnicas, o que impõe a necessária revisão das notas a elas atribuídas.

127. Ora, como se sabe, em procedimentos licitatórios de julgamento eminentemente técnico, a atribuição de nota inferior à máxima exige correlação direta e objetiva entre a suposta deficiência identificada e o critério de avaliação correspondente, o que, contudo, não foi feito *in casu*.

128. Quando a motivação é genérica, contraditória ou dissociada da nota atribuída, inviabiliza-se o controle da legalidade, fragiliza-se a transparência do julgamento e compromete-se a isonomia entre as licitantes.

129. Assim, a coexistência de um apontamento dessa natureza com atribuição de nota máxima, revela manifesta incongruência do julgamento e fragiliza a objetividade do critério, razão pela qual a revisão das notas a ela atribuídas é medida que se impõe.

130. Corroborando com a necessidade de revisão da pontuação da Recorrida, ao examinar o conteúdo da proposta da STA no primeiro item do subquesto, referente à explicitação e defesa da linha temática conceitual, evidencia-se fragilidade significativa.

131. Isto porque, a defesa do conceito é apresentada em cerca de 40 linhas, restrita praticamente à exposição do próprio conceito, sem contextualização com os públicos, sem explicação de como será aplicado, sem organização estratégica da sua utilização. Não há articulação entre conceito e segmentação de públicos, tampouco indicação de como esse conceito dialogará de forma diferenciada com os diversos segmentos previstos no briefing.

132. O conceito apresentado é tratado como se pudesse ser utilizado de forma indistinta para todos os públicos, o que contraria frontalmente a exigência do briefing, que demanda segmentação clara entre público interno, público local, público nacional e demais segmentos estratégicos. A ausência dessa segmentação representa falha estrutural na concepção estratégica. Hoje, as estratégias de comunicação trabalham com segmentação, direcionamento e foco, considerando comunidades e especificidades. Essa abordagem simplesmente não aparece na defesa conceitual da STA.

133. Além disso, o conceito apresentado se limita a um jogo de palavras a partir do slogan já existente do banco, sem avanço conceitual efetivo. Não há desenvolvimento estratégico específico para a campanha institucional proposta. Diferentemente disso, a RP Brasil desenvolveu um conceito próprio para a campanha, desdobrando a partir da base institucional um direcionamento específico para o momento da comunicação institucional.

134. Também é relevante destacar que, novamente, não há qualquer menção à estratégia de nacionalização do banco, nem à expansão para mercados como Brasília e São Paulo, ponto central do briefing. Trata-se de omissão relevante. A proposta trata todos os públicos como se fossem homogêneos, ignorando a complexidade territorial e estratégica da atuação do banco.

135. Ademais, não há menção ao público interno de forma estruturada, nem aos correspondentes bancários, que têm papel relevante na operação do Banco da Amazônia. Essa ausência reforça a incompletude da abordagem.

136. A título de comparação, enquanto a RP Brasil dedicou 141 linhas à explicitação e defesa da linha conceitual, desenvolvendo sua aplicação estratégica, a STA concentrou-se em apenas 40 linhas, sem aprofundamento e sem segmentação, de modo que esta condensação excessiva resultou em omissões relevantes e demonstra que a proposta, nesse item, é incompleta diante do que o briefing exige.

137. Se não houve detalhamento adequado da proposta no item A, na explicitação e defesa da linha conceitual, seria de se esperar que a STA apresentasse esse aprofundamento na proposição e na defesa das fases e dos pontos centrais da proposta.

138. Contudo, isso não ocorre. Ao contrário, o que se observa no item B do quesito 2 é novamente um excesso, desta vez não de números, mas de tabelas. São apresentadas diversas tabelas com informações fragmentadas, desorganizadas, sem uma linha clara de raciocínio que conecte as ações de maneira estruturada. Há uma fragmentação excessiva que dificulta a compreensão do que efetivamente será feito.

139. Inclusive, elementos como o “quando fazer”, que deveriam estar detalhados no plano de implementação, aparecem nesse item, o que indica uma possível tentativa de preencher espaço com

informações deslocadas. O resultado é um conjunto de dados pulverizados, com baixa contextualização e pouca explicação estratégica. Não há encadeamento lógico consistente, mas uma justaposição de ações e cronogramas sem articulação clara.

140. Em uma leitura mais atenta, percebe-se que a STA desenhou uma estratégia única para todos os públicos, sem segmentação entre público local, estadual, regional e nacional. Isso confronta diretamente tanto o que o edital demanda quanto as boas práticas contemporâneas de comunicação, que exigem segmentação, direcionamento e adequação de linguagem e canais para diferentes públicos. A proposta ignora essas diferenças e trata os públicos do Banco da Amazônia como se fossem homogêneos.

141. Há também omissão relevante quanto aos correspondentes bancários, que desempenham papel essencial na estratégia do Banco da Amazônia, especialmente na região Norte. Trata-se de um público complementar estratégico que deveria ser considerado em qualquer plano moderno de comunicação que envolva múltiplos canais e capilaridade territorial. Essa ausência revela lacuna importante na concepção da proposta.

142. Da mesma forma, não há tratamento específico da expansão para o mercado nacional, especialmente para Brasília e São Paulo, ponto central e expressamente indicado no briefing. Essa omissão é grave, pois ignora uma diretriz estratégica clara do momento institucional do banco. Tampouco há diferenciação entre mídia local, regional e nacional. São abordagens distintas, que exigem estratégias próprias, mas a STA trata todas como se fossem equivalentes, sem especificação.

143. Observa-se ainda desequilíbrio na priorização dos canais. A imprensa, que deveria ter papel relevante em uma estratégia de comunicação institucional, aparece com menor peso do que as redes sociais. Não há demonstração de complementariedade ou integração equilibrada entre esses canais, mas apenas apresentação fragmentada de ações.

144. É igualmente contraditório que a STA afirme defender linguagem simples e acessível, enquanto sua proposta é marcada por excesso de expressões financeiras, termos técnicos e jargões de tecnologia. Há tentativa de demonstrar sofisticação que não se traduz em organização clara das informações. Ao final, o conjunto revela grande volume de dados, mas pouca estruturação estratégica e baixa contextualização.

145. Em razão de todo o exposto, com base na legislação vigente e nos termos do Edital, torna-se imperativa a revisão da nota atribuída, com a majoração da nota da FSB para, no mínimo, o mesmo patamar da nota conferida à STA neste Subquestito ou a subtração da nota da STA, em respeito aos critérios legais, editalícios e ao princípio da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e da legalidade.

B) SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

146. No que ao raciocínio básico, observa-se uma série de lacunas, imprecisões e equívocos ao longo de sua argumentação, além do não atendimento a diversas orientações expressas no briefing do edital do Banco da Amazônia.

147. Ainda assim, a empresa recebeu avaliação significativamente elevada, o que indica descompasso entre o conteúdo efetivamente apresentado e a pontuação atribuída. O presente apontamento busca evidenciar essas inconsistências para que a comissão julgadora possa reavaliar a aderência técnica da proposta.

148. No item do Raciocínio Básico, a STA recebeu 9,6 pontos de 10 possíveis, pontuação que não corresponde ao conteúdo apresentado. No item A, referente à análise das características, especificidades do papel e contexto, a empresa apresentou um amontoado de números e indicadores concentrados em duas páginas. Em uma contagem simples, identificam-se aproximadamente 40 indicadores empilhados, sem contextualização ou análise explicativa.

149. São citados dados como retorno sobre patrimônio líquido, lucro líquido e outros indicadores financeiros, mas não se esclarece o que esses números significam, se representam desempenho positivo ou negativo, se estão acima ou abaixo de médias de mercado, nem se são compatíveis com o momento estratégico da instituição. Não há qualquer contextualização, comparação com outras instituições financeiras ou interpretação que permita compreender o real significado desses dados.

150. A simples enumeração de indicadores, sem análise ou qualificação, oferece pouco conteúdo estratégico. Inclusive, nessa lógica de acumulação de números, apenas não foi citado o Índice de Basileia, mas a abordagem permanece a mesma: excesso de dados frios e ausência de interpretação.

Trata-se de uma leitura numérica, sem construção conceitual ou análise estratégica do contexto institucional.

151. Além disso, não há menção, nesse primeiro item, à intenção estratégica do banco de ampliar e nacionalizar sua atuação, especialmente com entrada e fortalecimento em mercados como Brasília e São Paulo, ponto expressamente destacado no briefing. Essa omissão é relevante, pois se trata de diretriz estratégica central do momento institucional.

152. A proposta da STA apresenta, portanto, uma característica que atravessa seu conteúdo: trata-se de um material desumanizado, excessivamente numérico, sem construção conceitual ou narrativa estratégica. Não há desenvolvimento de mensagem, nem abordagem que considere a dimensão institucional e simbólica do posicionamento do banco. Limita-se à exposição de números, que, por si só, não explicam o contexto nem orientam a estratégia.

153. No item B, referente ao diagnóstico, a fragilidade torna-se ainda mais evidente. Em contraste, a RP Brasil apresentou pesquisa com jornalistas, análise de mídia, avaliação das redes sociais, análise dos canais próprios, benchmarking com outros bancos federais e um diagnóstico ampliado sobre a percepção da instituição – sobretudo trazendo informações que não constavam previamente no briefing. Esse material agregou valor real à avaliação estratégica.

154. A STA, por sua vez, limitou-se a reproduzir informações já constantes no briefing, como dados de pesquisas internas, sem agregar novos insumos analíticos. Não há investigação externa relevante, não há pesquisa com públicos estratégicos, não há aprofundamento qualitativo.

155. A análise de presença digital é incompleta, restringe-se à quantificação de canais e números, sem qualificação das narrativas, sem análise de posicionamento, sem interpretação da imagem institucional nas redes ou na mídia. Tampouco há análise consistente dos canais próprios e da forma como o banco utiliza suas plataformas institucionais.

156. Trata-se, portanto, de um diagnóstico superficial e incompleto diante das exigências do edital e da complexidade do contexto apresentado no briefing. Ainda assim, a pontuação atribuída à STA foi superior à da RP Brasil, que apresentou diagnóstico mais abrangente, conceitual e estruturado.

Essa diferença revela ausência de isonomia na avaliação, pois propostas com níveis distintos de profundidade analítica receberam tratamento desproporcional.

157. Diante das lacunas evidenciadas no raciocínio básico e no diagnóstico da STA, especialmente quanto à ausência de contextualização dos dados, à omissão de diretrizes estratégicas centrais do briefing e à superficialidade da análise, requer-se a reavaliação da pontuação atribuída, a fim de que haja coerência técnica e tratamento isonômico entre as propostas apresentadas.

C) SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

158. A STA recebeu nota 14,8 nesse subquesto (de um máximo de 15), pontuação que não condiz com a solução de comunicação apresentada para o Banco da Amazônia. Trata-se de soluções extremamente convencionais e que, diante do que foi efetivamente entregue, deveriam ter sido objeto de avaliação mais criteriosa por parte da comissão julgadora.

159. Dois exemplos ilustram de forma clara essa fragilidade: as peças referentes ao manual de crise e ao guia de relacionamento com a imprensa. Esses materiais apresentam conteúdo genérico, reproduzindo estruturas, orientações e esquemas amplamente disponíveis em manuais já existentes na internet sobre gestão de crise de imagem e relacionamento com jornalistas.

160. Não há contextualização específica para a realidade do Banco da Amazônia. O conteúdo poderia ser aplicado indistintamente a qualquer organização – Prefeitura de Belém, Clube do Remo ou Mercado Ver-o-Peso – sem que houvesse necessidade de ajustes relevantes. Isso demonstra ausência de customização e de aderência ao contexto institucional específico do banco.

161. Em nenhum momento esses materiais apresentam análise dos riscos próprios do Banco da Amazônia, das oportunidades estratégicas, dos pontos sensíveis da instituição, das janelas de oportunidade no cenário regional e nacional, ou das particularidades da sua atuação na Amazônia Legal.

162. Não há construção estratégica ancorada na realidade institucional. O que se observa é a replicação de modelos genéricos, sem adaptação ao cliente específico, que estão fartamente disponíveis na internet.

163. A fim de corroborar com o alegado, compare-se os dois produtos da STA com os seguintes documentos públicos, que estão na internet:

- <https://www.ifes.edu.br/images/stories/files/Comunicacao/manual-de-gestao-de-crisis.pdf>
- <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Guia-de-relacionamento-coma-imprensa.pdf>

164. Na comunicação contemporânea, exige-se customização. Produtos estratégicos devem ser desenvolvidos sob medida, considerando identidade institucional, contexto reputacional, riscos, objetivos estratégicos e públicos específicos.

165. A simples reprodução de modelos padronizados não atende ao que se espera de uma proposta estratégica de comunicação institucional. Ainda assim, esses materiais não foram objeto de qualquer restrição relevante por parte da Subcomissão Técnica por oportunidade da avaliação da proposta da STA. Ao contrário, foram valorizados na avaliação, o que configura um manifesto contrassenso diante da ausência de contextualização e de personalização.

166. Diante desses elementos, evidencia-se que a solução de comunicação apresentada pela STA não atende de forma adequada aos requisitos elementares de uma proposta estratégica para o Banco da Amazônia. Os exemplos mencionados demonstram lacunas estruturais que justificam a revisão da pontuação atribuída, a fim de que haja coerência entre o conteúdo efetivamente apresentado e a avaliação realizada.

167. Desta forma, a revisão da pontuação conferida à STA neste subquesto é medida que se impõe.

D) RELATOS

168. No que se refere ao relato de casos de comunicação apresentado pela STA, o primeiro exemplo trazido foi o do avatar do escritor Machado de Assis, criado pela empresa Euvatar e apresentado pela Academia Brasileira de Letras (ABL). O que não fica claro no texto é de quem, de fato, é o case: se o cliente da STA era a Euvatar ou a própria Academia Brasileira de Letras. Essa

distinção é fundamental, pois a Academia Brasileira de Letras, por sua própria natureza institucional e relevância cultural, já atrai cobertura espontânea da mídia e da imprensa para seus eventos.

169. Sendo assim, é necessário esclarecer qual foi efetivamente o papel da STA na divulgação do evento e qual foi a contribuição estratégica da empresa para que houvesse repercussão. O avatar, em si, só teve visibilidade no contexto da Academia Brasileira de Letras, e não se evidencia, no relato, qual foi a atuação concreta da STA para potencializar essa cobertura. A ausência dessa delimitação compromete a clareza do case e fragiliza a avaliação da experiência.

170. O segundo relato apresentado pela STA refere-se ao programa Celular Seguro, do Ministério da Justiça. Contudo, também nesse caso não se identifica proposta inovadora de comunicação atribuível à empresa. Trata-se do lançamento de um programa governamental, que, por sua própria natureza institucional e relevância pública, naturalmente atrai cobertura da mídia.

171. O relato não deixa claro o que foi feito de específico pela STA, qual foi a estratégia desenvolvida, qual foi a ação diferenciada implementada ou que tipo de intervenção estratégica alterou ou potencializou a divulgação do programa. Permanece a dúvida sobre qual foi a efetiva contribuição da empresa para os resultados mencionados. Assim, nos dois casos apresentados pela STA, não se tem clareza sobre o papel estratégico desempenhado pela empresa, o que dificulta a aferição do mérito técnico da experiência relatada.

V. RAZÕES PARA REDUZIR A PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À PCB

172. A análise da pontuação conferida à PBC revela quadro que igualmente reclama revisão, pois as notas atribuídas não guardam correspondência com o conteúdo efetivamente apresentado nem com as próprias ressalvas registradas pela Subcomissão Técnica.

173. Na linha do que fora exaustivamente fundamentado no decorrer desta peça, no âmbito de um procedimento licitatório do tipo melhor técnica, a avaliação deve observar rigor metodológico, coerência interna e aplicação uniforme dos critérios do edital, de modo que, quando falhas estruturais evidentes recebem tratamento leniente ou impacto mínimo na pontuação, rompe-se a isonomia.

174. No Raciocínio Básico, a proposta da PBC apresentou organização confusa, ausência de segmentação clara dos subquesitos e exposição superficial do diagnóstico institucional. A própria avaliação registrou leitura rasa das redes sociais, menção a programas que não mais existem e apresentação pouco aprofundada dos desafios estratégicos. Ainda assim, a pontuação atribuída foi elevada, superando inclusive a de propostas que não receberam críticas de igual gravidade. A ausência de pesquisa própria, de análise comparativa consistente e de fundamentação estruturada demonstra fragilidade incompatível com nota próxima ao patamar máximo. A redução é medida necessária para restabelecer coerência entre conteúdo e avaliação.

175. Na Estratégia de Comunicação, embora tenha sido apontada ausência de inclusão de canais internos digitais, exigência expressa do briefing, tal omissão resultou em penalização mínima. A espinha dorsal da proposta foi estruturada em torno de número restrito de peças centrais, sem demonstração clara de como atenderia, de forma articulada, aos níveis local, regional e nacional de atuação do Banco da Amazônia. Não houve abordagem consistente da expansão para mercados estratégicos como Brasília e São Paulo, nem tratamento específico para públicos relevantes, como correspondentes bancários. Também se verificam afirmações não fundamentadas e ausência de definição objetiva de indicadores de desempenho. A nota quase máxima atribuída não se sustenta diante dessas lacunas estruturais.

176. Na Solução de Comunicação, a desorganização torna-se ainda mais evidente. As ações são apresentadas de forma fragmentada, com nomenclaturas distintas entre a solução e o plano de implementação, dificultando a identificação de correspondência entre o que é proposto e o que seria executado. Há duplicidade aparente de iniciativas, ausência de detalhamento quanto à dinâmica e finalidade de determinadas peças e inclusão de ações cuja compatibilidade com o objeto contratual é questionável. Mesmo diante desse cenário, a pontuação concedida foi extremamente elevada, o que não reflete a falta de clareza, organização e aderência plena ao edital.

177. Nos Relatos, não se evidencia, com nitidez, o papel estratégico desempenhado pela agência em alguns cases apresentados. A descrição dos fatos não permite identificar claramente qual foi a intervenção técnica específica da PBC nem qual diferencial estratégico justificaria pontuação elevada. A ausência de delimitação precisa da atuação compromete a aferição objetiva da experiência relatada.

178. O conjunto desses elementos demonstra que a pontuação atribuída à PBC não observa a mesma régua de exigência aplicada às demais concorrentes. A coerência do julgamento exige que fragilidades registradas e lacunas verificáveis produzam impacto proporcional na nota final.

179. A manutenção das pontuações tal como lançadas compromete a isonomia e enfraquece a credibilidade do resultado. Impõe-se, portanto, a revisão das notas conferidas à PBC, com sua adequada redução, de modo a alinhar a avaliação ao conteúdo efetivamente apresentado e aos critérios objetivos estabelecidos no edital.

A) RACIOCÍNIO BÁSICO

180. O primeiro ponto da proposta da PBC que chama a atenção é a completa desorganização do material apresentado. Ao analisar a proposta como um todo, observa-se ausência de estrutura clara, com itens, subquesitos e indicações apresentados de forma desordenada, sem correspondência evidente com a organização exigida pelo edital.

181. O edital é explícito ao demandar a apresentação estruturada dos subquesitos 1, 2 e 3, de forma clara e identificável. No entanto, na proposta da PBC, não há separação objetiva desses elementos, tampouco indicação organizada que permita identificar, de maneira direta, onde começa e termina cada subquesito. A disposição do conteúdo é fragmentada, com tópicos sobrepostos, ausência de sinalização adequada e mistura de argumentos que deveriam estar claramente segmentados conforme as exigências do instrumento convocatório.

182. A desorganização compromete a compreensão técnica da proposta e dificulta a verificação do efetivo atendimento aos critérios estabelecidos. Inclusive, causa estranheza como foi possível à comissão julgadora identificar com precisão os subquesitos exigidos, diante da forma como o material foi apresentado. A falta de organização não é um aspecto meramente formal, mas impacta diretamente a clareza da argumentação e a capacidade de aferição objetiva dos critérios avaliativos.

183. No que se refere ao raciocínio básico apresentado pela PBC, o que se observa é um material que mais se assemelha a um amontoado de anotações do que a uma construção estruturada de análise estratégica. A própria comissão reconheceu que foram citados programas do Banco da

Amazônia que não existem mais, que houve leitura superficial das redes sociais e que os desafios foram expostos de forma rasa.

184. Mesmo com essas ressalvas e pontos negativos registrados, a PBC recebeu nota 9,1, enquanto a RP Brasil, que teve apenas uma ressalva pontual, recebeu 8,9. Essa discrepância revela, desde logo, falta de isonomia na avaliação.

185. A desorganização da proposta da PBC é evidente. A comissão afirmou que a empresa apresentou o histórico do banco, mas não se identifica, no texto, qualquer desenvolvimento histórico consistente, além da simples citação da lei de criação da instituição. Não há contextualização, não há linha evolutiva, não há análise do papel histórico do banco na região. A menção isolada à norma de criação não constitui histórico institucional.

186. No diagnóstico, a fragilidade é ainda mais evidente. Não há pesquisa, não há levantamento de dados próprios, não há análise sustentada por evidências. As afirmações são lançadas de forma solta, sem fundamentação.

187. Em determinado trecho, ao tratar da concorrência, são apresentadas expressões como "narrativas em disputa BNDES: "estrategista global", seguidas de "Banpará: ameaça regional", sem qualquer explicação do que isso significa, sem contextualização, sem análise comparativa, sem explicitação do porquê seriam ameaças ou qual a relação efetiva com o Banco da Amazônia. As palavras são lançadas sem organização, sem desenvolvimento lógico e sem sustentação.

188. Também é apresentada uma matriz SWOT extremamente simplificada, com cerca de oito linhas, sem qualquer quadro estruturado, sem referência, sem aprofundamento, sem explicitação de como os elementos ali listados se conectam com a estratégia futura. Trata-se de uma apresentação superficial e vazia de argumentos, que não demonstra análise estratégica consistente.

189. No total, o raciocínio básico ocupa apenas duas páginas e meia, o que evidencia descuido e displicência na apresentação da argumentação, especialmente quando se considera a complexidade institucional do Banco da Amazônia. Não há relação clara entre desafios e objetivos, não há desenvolvimento estruturado de problemas e direcionamentos estratégicos. Inclusive, não se

identificam de forma explícita conceitos centrais como desafios e objetivos articulados no texto, o que compromete a coerência da análise.

190. Apesar dessas fragilidades evidentes, a proposta da PBC recebeu pontuação elevada quando comparada às demais, o que reforça a necessidade de revisão.

191. Diante da ausência de pesquisa, da superficialidade do diagnóstico, da desorganização estrutural e da falta de articulação entre os elementos essenciais do raciocínio básico, impõe-se a reavaliação severa da nota atribuída, para que haja coerência técnica e tratamento isonômico por parte da comissão julgadora entre as propostas analisadas.

B) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

192. No que se refere à estratégia de comunicação apresentada pela PBC, causa estranheza como uma proposta marcada por desorganização e ausência de argumentação estruturada tenha recebido nota 23,9 de um total de 25 pontos. Trata-se de pontuação extremamente elevada, difícil de compreender diante do conteúdo efetivamente apresentado pela PBC.

193. A própria comissão registrou ao menos uma ressalva relevante: a ausência de inclusão de redes e canais digitais internos, ponto expressamente demandado pelo briefing. Ainda assim, essa falha resultou em penalização mínima, de apenas 1,1 ponto percentual.

194. Em comparação, a RP Brasil, que apresentou atendimento integral aos requisitos, sofreu penalizações substanciais por apontamentos muito menos estruturais. Desde logo, evidencia-se ausência de isonomia na avaliação.

195. Ao analisar o conteúdo da estratégia da PBC, observa-se que a chamada espinha dorsal da proposta consiste em seis vídeo releases intitulados "Faces da Amazônia". Surge então a questão central: como seis vídeo releases seriam suficientes para sustentar uma estratégia de comunicação institucional integrada, especialmente considerando que o briefing exige atuação articulada em níveis local, estadual, regional e nacional, além de relacionamento estruturado com a imprensa e produção contínua de conteúdo? Não há explicação detalhada de como essas seis peças dariam

conta dessa complexidade. A estratégia não demonstra encadeamento consistente entre ações, nem detalhamento de como os públicos diversos seriam alcançados.

196. Também não há qualquer menção específica à atuação nos mercados de Brasília e São Paulo, ponto central e reiterado no briefing. Essa omissão é relevante.

197. Da mesma forma, não há tratamento específico para os correspondentes bancários, público estratégico fundamental para o Banco da Amazônia. A ausência desses elementos demonstra falha estrutural na concepção estratégica.

198. Outro ponto que merece destaque é a proposta de criação do “Prêmio Banco da Amazônia de Jornalismo”. Trata-se de ação que envolve premiação e evento, o que extrapola o escopo contratual estabelecido.

199. A criação de premiações e eventos não se insere nos limites do contrato previsto, configurando ação inexecutável dentro do objeto licitado. Ainda assim, esse ponto não foi objeto de restrição relevante por parte da comissão, o que demanda revisão.

200. Há ainda afirmações lançadas no texto sem qualquer fundamentação. É citado, por exemplo, que o Banco da Amazônia perderia liderança em inovação e ESG para o BNDES.

201. De onde provém essa informação? Qual a fonte? Qual a pesquisa que sustenta essa afirmação? Não há referência bibliográfica, não há dado comparativo, não há contextualização. São declarações apresentadas de forma aleatória, sem sustentação técnica.

202. O mesmo ocorre com a menção ao “Real Digital”. O termo é citado, mas não há explicação de como essa iniciativa impacta o Banco da Amazônia ou como se integra à estratégia proposta. São palavras lançadas no texto sem desenvolvimento conceitual ou contextualização. Ainda assim, tais menções foram consideradas válidas na avaliação.

203. Também não há, na estratégia apresentada pela PBC, qualquer indicação clara de como serão medidos os resultados ou quais são os resultados esperados, conforme demanda expressamente o edital.

204. Não se identificam indicadores definidos, métricas de acompanhamento, parâmetros de avaliação de desempenho ou qualquer explicitação objetiva de como será aferida a efetividade das ações propostas. A ausência desses elementos compromete a consistência estratégica, pois não se pode falar em planejamento estruturado sem definição de critérios de mensuração.

205. Ainda assim, mesmo diante dessa lacuna, que é central em qualquer proposta de comunicação institucional, a Subcomissão deixou de aplicar a penalização correspondente. Esse fato reforça a necessidade de revisão da pontuação atribuída, para que haja coerência entre as exigências do edital e o tratamento efetivamente conferido à proposta da PBC.

206. Diante desse conjunto de lacunas, torna-se necessário revisar a pontuação atribuída à estratégia da PBC. A nota concedida não condiz com o nível de organização, fundamentação e aderência às exigências do briefing, nem com as melhores práticas da comunicação institucional contemporânea.

C) SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

207. Como o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação da PBC se caracterizaram pela desorganização das informações, seria esperado que a Solução de Comunicação seguisse o mesmo padrão, e é exatamente o que se verifica. A Solução é apresentada de forma confusa, como um quebra-cabeças, exigindo que quem lê fique procurando onde estão as peças e ações, porque não há ordem, não há sequência lógica e as informações parecem simplesmente despejadas no texto.

208. As soluções estão divididas em “entregáveis”, “peças corporificadas” e “peças e ações não corporificadas”, mas essa divisão não organiza o conteúdo, ao contrário, cria mais confusão. Um ponto grave é que, na solução de comunicação, as ações são nomeadas de uma forma e, no plano de implementação, recebem outros nomes. Com isso, torna-se impossível identificar a correspondência entre o que está na solução de comunicação e o que está no plano de implementação, porque não há continuidade.

209. Mesmo dentro da própria solução, não há lógica clara, pois itens apresentados como “entregáveis” reaparecem em “peças corporificadas” e em “peças e ações não corporificadas”,

sugerindo duplicidade. Essa duplicidade não é esclarecida e também não se mostra devidamente precificada, gerando descompasso e incerteza sobre o que, de fato, será executado.

210. Ao observar o bloco dos entregáveis, há exemplos que evidenciam essa falta de clareza e a desorganização. Na ação de comunicação interna, menciona-se “10 premiados por mês”, mas não se explica quem serão esses premiados, como funcionaria essa premiação, que tipo de premiação seria, nem quais seriam os critérios mínimos, sendo apenas citado que 10 pessoas serão premiadas.

211. No media training, fala-se em três sessões ao longo de seis meses, mas, considerando que se trata de uma campanha de seis meses, seria necessário realizar o media training de início, preparando os porta-vozes desde o começo, e não ao longo de três momentos espaçados.

212. A press-trip é apresentada sem destino, podendo ser em qualquer lugar do mundo ou do país, sem objetivo e sem descrição. Soma-se a isso a presença de uma ação como o “Prêmio Banco da Amazônia”, que não tem previsão no contrato, e em comunicação corporativa no setor público há vedação relacionada a premiação, o que reforça a inadequação da proposta nesse ponto.

213. Quando se passa para as peças corporificadas, aparecem exemplos de peças extremamente simples e inócuas. A peça número 3, “Save the Date”, aparece como um convite solto, sem elaboração e sem sentido claro como entrega. A peça número 9 é um layout de release que não traz conteúdo, o que evidencia a ausência de entrega efetiva, já que não se apresenta o que seria o release, apenas um layout.

214. Ao chegar no bloco das peças e ações não corporificadas, chama atenção que nenhuma peça apresenta especificação de dinâmica e finalidade, embora isso seja exigido expressamente pelo edital. Mesmo assim, o conjunto segue sem detalhamento, e volta a repetir ações voltadas para LinkedIn, Instagram, X e YouTube que já estavam listadas como entregáveis, reforçando a duplicidade e o nível de confusão. Fica a dúvida se seria feito duas vezes, se seria cobrado duas vezes, ou se é apenas repetição desorganizada.

215. Além disso, algo que a própria proposta coloca como espinha dorsal – os seis vídeos releases – aparece no meio das peças não corporificadas, o que reforça a falta de organização e de hierarquia interna do planejamento.

216. Os contatos com a imprensa também aparecem de forma genérica e voltam a surgir em outro bloco como contatos proativos, novamente sem clareza sobre o que é duplicidade e o que é execução única. Por fim, quando se chega à tabela do plano de implementação, não há paralelismo entre os nomes utilizados na solução de comunicação e aqueles utilizados no plano de implementação, tornando impossível saber com segurança o que será realmente feito.

217. Diante desse cenário, é surpreendente que a PBC tenha recebido pontuação tão elevada (24,8 de 25), praticamente nota máxima, em um item cuja apresentação é desorganizada, confusa, duplicada e sem correspondência clara entre solução de comunicação e plano de implementação. Por isso, é necessário que a comissão reveja essa avaliação, pois a nota atribuída não condiz com o material apresentado, que não demonstra organização mínima nem clareza de execução.

D) PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

218. Chama atenção a ausência completa de texto explicativo que apresente a lógica da sequência estratégica, que esclareça como as ações serão aplicadas, como se distribuem ao longo do tempo e de que forma se articulam entre si. O que se apresenta é apenas uma tabela de cronograma e uma tabela de preços, sem qualquer narrativa que explique o encadeamento das iniciativas, a prioridade das etapas ou a relação entre planejamento e execução.

219. Além disso, como já apontado, não há correspondência entre os nomes das peças e ações constantes na solução de comunicação e aqueles que aparecem no plano de implementação. Os nomes não coincidem, não há paralelismo terminológico e não existe indicação clara que permita cruzar o que foi proposto com o que está sendo precificado. Diante disso, torna-se impossível verificar com segurança se determinada ação foi devidamente contemplada no cronograma, se foi corretamente precificada ou se sequer foi incluída na planilha de preços.

220. Há ainda casos específicos, como o chamado prêmio de jornalismo, que aparece na estratégia, mas não se encontra devidamente identificado na precificação. Não se localiza onde essa ação está orçada, nem como se faz a ligação entre a estratégia apresentada e o respectivo custo. Isso compromete a integridade da proposta técnica, pois o plano de implementação deve permitir a verificação clara da execução e da viabilidade financeira das ações propostas.

221. Diante dessas inconsistências ausência de texto explicativo, resta evidente a necessidade de revisão da nota atribuída à BPC. As falhas, omissões, lacunas e a desorganização das informações comprometem a clareza e a consistência da proposta, exigindo reavaliação por parte da Subcomissão Técnica.

E) RELATOS

222. Quanto aos cases apresentados pela PBC, um referente ao SoftBank e outro à ABCripto, verifica-se situação semelhante ao da STA. No caso do SoftBank, não se demonstra de forma objetiva o que foi feito pela PBC, quais ações foram implementadas, qual foi a estratégia adotada ou quais resultados foram efetivamente alcançados em decorrência da atuação da empresa. O relato menciona publicações na imprensa, mas não estabelece a relação direta entre essas publicações e uma estratégia estruturada conduzida pela PBC.

223. No caso da ABCripto, também não se evidencia com clareza qual foi o papel estratégico desempenhado pela PBC. O texto menciona a comunicação da própria entidade, mas não delimita quais ações foram concebidas e executadas pela empresa, nem quais foram os impactos decorrentes dessa atuação.

224. Em ambos os casos, os relatos são incompletos, não detalham a interferência estratégica da empresa e não permitem à comissão avaliar com precisão a contribuição efetiva da BPC na construção dos resultados apresentados.

225. Diante do exposto, a revisão da pontuação atribuída à Recorrida é medida que se faz necessária.

VI. PEDIDOS

226. Portanto, em vista dos fatos e fundamentos pormenorizadamente apontados na presente manifestação, requer o acolhimento das razões recursais ora tracejadas a fim de que:

- a)** Seja o presente recurso recebido e processado, eis que apresentado tempestivamente;

- b)** Seja o presente recurso provido para se reconhecer e declarar a **nulidade** do Procedimento Licitatório nº 2025/002, por frontal violação à Lei 12.232/2010, nos termos delineados no tópico II desta peça.
- c)** Subsidiariamente, caso não se entenda pela nulidade do certame - o que se cogita apenas por hipótese - seja o presente recurso provido para majorar a nota atribuída à RP BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA, pelas razões delineadas no bojo do tópico III deste recurso; e, ainda, para reduzir a pontuação das licitantes STA e PCB, nos termos dos tópicos IV e V, respectivamente.
- d)** Caso este não seja o entendimento, pleiteia-se que o presente recurso seja encaminhado para análise de autoridade superior.

Nesses termos,
pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 5 de março de 2026.

RP BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA

Gisele Turteltaub
Procuradora

Recurso - BASA - RP Brasil.pdf

Documento número #555e978e-0375-470e-8c5e-cdfa44d5c0ab

Hash do documento original (SHA256): 6aa057ee3157b009e8b0dbbec3c4f9a9ad9181d8fa1f3c908d89bf74f0033c6b

Assinaturas



Gisele Turteltaub

CPF: 339.290.448-11

Assinou como procurador em 05 mar 2026 às 13:25:56

Log

- 05 mar 2026, 13:00:55 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 criou este documento número 555e978e-0375-470e-8c5e-cdfa44d5c0ab. Data limite para assinatura do documento: 04 de abril de 2026 (13:00). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 05 mar 2026, 13:02:02 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 adicionou à Lista de Assinatura: gisele.turteltaub@fsbcomunicacao.com.br para assinar como procurador, via E-mail.
- Pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Gisele Turteltaub e CPF 339.290.448-11.
- 05 mar 2026, 13:25:56 Gisele Turteltaub assinou como procurador. Pontos de autenticação: Token via E-mail gisele.turteltaub@fsbcomunicacao.com.br. CPF informado: 339.290.448-11. IP: 189.120.72.42. Localização compartilhada pelo dispositivo eletrônico: latitude -23.5791633 e longitude -46.6136836. URL para abrir a localização no mapa: <https://app.clicksign.com/location>. Componente de assinatura versão 1.1397.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 05 mar 2026, 13:25:57 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 555e978e-0375-470e-8c5e-cdfa44d5c0ab.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://www.clicksign.com/validador> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 555e978e-0375-470e-8c5e-cdfa44d5c0ab, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.