

À

Comissão Especial de Licitação do Banco da Amazônia S.A.,

PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 2024/003

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na Avenida do Contorno, 8.289, 2º e 3º andares, Gutierrez, 30110-059, Belo Horizonte, Minas Gerais, vem, por seus representantes que abaixo subscrevem, apresentar as suas

Contrarrazões ao Recurso

Interposto por **ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, pelos seguintes fatos e fundamentos.

I. TEMPESTIVIDADE.

Inicialmente, comprova-se a tempestividade das presentes contrarrazões, considerando que o prazo para interposição dos recursos terminou em 23/01/2025. Assim, o igual prazo para contrarrazões esgota-se em 30/01/2025.

BELO HORIZONTE

Rua Yvon Magalhães Pinto, 615, 8º andar
São Bento | Belo Horizonte | MG
CEP 30350.560 | Tel. (31) 3527.5800

SÃO PAULO

Rua Bandeira Paulista, 726, 17º andar
Itaim Bibi | São Paulo | SP
CEP 04532.002 | Tel. (11) 3056.2110

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, Brasil 21
Bloco A, sala 501 | Brasília | DF
CEP 70316.102 | Tel. (61) 2193.1283

II. CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

Trata-se de licitação promovida para a contratação de objeto assim descrito no item 3 do edital:

3.1 - O objeto da presente licitação é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à:

a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e análise de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;

b) criação e execução técnica de ações e/ou produtos de comunicação digital;

b) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias; e

d) gerenciamento de redes sociais.

3.2. - A contratação dos serviços elencados no subitem 3.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral

3.3. - O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 3.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de *performance* e de resultados.

3.4. Os serviços previstos no subitem 3.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital da contratante, na disseminação de informações junto à sociedade

3.5. Será contratada **1 (uma) empresa** de comunicação digital, doravante denominada contratada, conforme métrica estabelecida no §2º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023

A Partners interpôs recurso em face do julgamento das propostas técnicas, postulando a majoração da sua nota, por aplicação de critérios de isonomia, proporcionalidade e julgamento objeto, e pedindo a desclassificação da concorrente FLD S/A (Filadélfia), em razão do manifesto abuso dos limites expressos no edital para apresentação da proposta, que a permitiram ou facilitaram ser classificada em primeiro lugar.

A I-Comunicação também interpôs recurso contra a classificação da Filadélfia, mas tenta atribuir à Partners a mesma conduta daquela licitante, artificializando fatos e confundindo forma e conteúdo. Ao fim, pede a desclassificação de todas as licitantes classificadas à sua frente ou a drástica redução das notas técnicas.

1. Quanto ao pedido de desclassificação da Partners por extrapolação de limite de páginas

É essencial distinguir desde já as situações das propostas da Filadélfia e da Partners, - como até já foi antecipado no recurso desta última – para que não se apliquem medidas iguais a situações diferentes, sob pretexto de suposta isonomia:

A documentação da licitante Filadélfia extrapolou o limite definido no ato convocatório em dezenas de páginas, ampliando o espaço para construção e fundamentação da sua proposta e obtendo necessária e indevida vantagem competitiva em razão disso. É impossível que esse abuso tenha decorrido de mero erro de formatação ou impressão dos documentos.

A ata da primeira sessão pública da concorrência em epígrafe, lavrada e assinada pela Comissão de Licitação e pelos representantes das empresas presentes em 11/12/2024, dá conta de que, já durante a conferência inicial das vias não identificadas da proposta técnica, foi registrado, sobre *“o caderno da primeira pasta aberta pela comissão e licitantes, com a campanha ‘A vida da Amazônia começa em você’ **que as folhas duplas estão com numeração única e que a quantidade total de folhas com essa numeração alcança o montante de 61 páginas**”* (grifos nossos).

Já a documentação da licitante Partners ultrapassou não em dezenas de páginas, nem mesmo em uma página completa o limite previsto no edital, mas em **apenas quatro linhas de texto**. A documentação foi construída observando estritamente as regras de apresentação, tendo sido formatada para respeitar o limite do edital, mas, no momento da impressão, o software de texto utilizado deslocou quatro linhas de texto para a página seguinte. Isto não conferiu nenhuma vantagem, nem mesmo potencial, para a ora recorrida, que não visou a incluir texto adicional, gráficos, planilhas ou quaisquer outros elementos para robustecer a sua proposta.

A razão inequívoca da estipulação de regras de apresentação de propostas técnicas no edital é vincular a elas a Administração e as licitantes, equalizando as condições da disputa e assegurando, com isso, os princípios da impessoalidade, da isonomia e do julgamento objetivo.

Basta considerar que as quatro linhas de texto da Partners poderiam ser perfeitamente reenquadradas no espaço de trinta páginas originalmente planejado, mas **as dezenas de páginas adicionais da Filadélfia** jamais poderiam ser embutidas nesse mesmo espaço. A distinção reside, portanto, na finalidade da conduta de cada licitante, na relevância da falha em relação ao conteúdo e, conseqüentemente, ao proveito objetivo.

Corretamente, o recurso da I-Comunicação demonstra a inevitabilidade da desclassificação da concorrente Filadélfia, que não apenas lançou mão de 53 páginas a mais em seu plano de comunicação, como também extrapola os valores permitidos no Orçamento apresentado, na sua prolixa formulação que ocupa 28 páginas – quase o equivalente a uma proposta técnica inteira! – sob a forma de um “Anexo” que, **por força do próprio edital, deveria estar contido no limite definido no edital para o Plano de Implementação.**

Nesse sentido, a argumentação da concorrente corrobora a do recurso da Partners, **demonstrando que a manutenção da classificação da Filadélfia em primeiro lugar solapa qualquer aspecto de razoabilidade e fere o certame de vício insanável.**

No entanto, uma coisa é recorrer com base em argumentos sólidos, para o bem da higidez da concorrência, e outra é levar ao extremo a inconformidade contra o terceiro lugar obtido, 14 pontos após aquela que ocupa a segunda posição, para, artificialmente, tentar igualar situações amplamente diferentes entre si.

Em que pese ser assegurado a todos os concorrentes o direito à ampla defesa, pela via recursal, essa postura da I-Comunicação visa a apenas tumultuar o certame.

Como bem demonstrou o recurso interposto pela Partners, ora Recorrida, **a vantagem indevida se caracteriza quando a concorrente, ao ferir o edital, cria para si uma situação anômala que amplia significativamente, e de forma inequívoca, a sua possibilidade competitiva, em detrimento das demais concorrentes.** Na licitação em questão, essa violação claramente acontece na proposta técnica da Filadélfia, que apresenta **mais que o dobro das páginas permitidas**, ferindo o edital em tal proporção que é impossível justificar a sua permanência no certame.

O princípio do formalismo moderado pressupõe que as formas adotadas em procedimentos públicos devem ser observadas por todos os sujeitos do processo, mas moderadamente, no sentido de que estão vinculadas a finalidades públicas. Assim,

orienta que sejam sanadas as falhas passíveis de saneamento e relevadas pequenas falhas e erros formais, que não alterem substancialmente os atos praticados, e, no caso concreto, a competitividade e a isonomia da licitação. Neste sentido, o art. 2º da Lei Federal 9.784/1999, aplicável também às entidades da administração indireta, determina que sejam observados critérios de atuação conforme a lei e formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados, mas igualmente, a adoção de formas simples, suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados e a interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige.

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

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

I - **atuação conforme a lei e o Direito;**

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

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

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

V - divulgação oficial dos atos administrativos, ressalvadas as hipóteses de sigilo previstas na Constituição;

VI - **adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público;**

VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;

VIII - **observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados;**

IX - **adoção de formas simples, suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados;**

X - garantia dos direitos à comunicação, à apresentação de alegações finais, à produção de provas e à interposição de recursos, nos processos de que possam resultar sanções e nas situações de litígio;

XI - proibição de cobrança de despesas processuais, ressalvadas as previstas em lei;

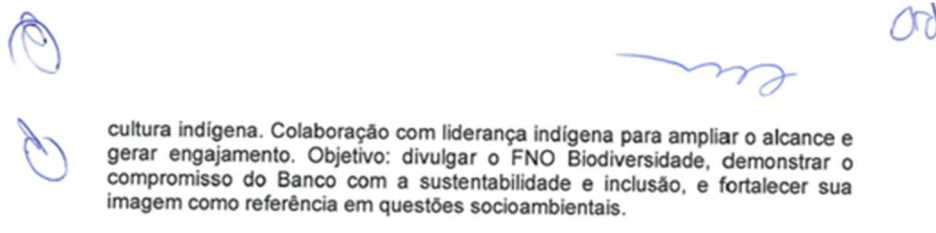
XII - impulso, de ofício, do processo administrativo, sem prejuízo da atuação dos interessados;

XIII - **interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige**, vedada aplicação retroativa de nova interpretação. (grifamos)

Fingindo desconhecer esses conceitos básicos, a I-Comunicação produz um argumento falacioso, igualando desiguais, para tentar desclassificar também a proposta da Partners. Afirma, em seu recurso, que, ao apresentar sua proposta técnica, o conjunto de textos inicial referente ao seu Raciocínio Básico, Estratégia e Solução “extrapola o limite de 15

(quinze) páginas, uma vez que o detalhamento da última Peça exemplificada, Peça 10, finaliza no primeiro parágrafo da Página.

Mas a inserção do *fac símile* da proposta da Partners mostrando o trecho que avança para a página 16, evidencia justamente que se trata de uma falha formal e irrelevante, incapaz de afetar a adequação do conteúdo da proposta ao edital ou gerar vantagem desproporcional no julgamento:



Bastaria à I-Comunicação um mínimo de boa-fé para reconhecer que o erro é mínimo, meramente formal e **não representa vantagem competitiva alguma, sendo, portanto, incomparável com a falha da Filadélfia.**

Diferentemente do que tenta demonstrar o argumento capcioso tecido pela I-Comunicação, o trecho, que não chega a ocupar 4 linhas, **sequer caracteriza uma informação nova**, e nada mais é do que o fechamento de um parágrafo explicativo, sem qualquer potencial de influenciar, para cima ou para baixo, a nota técnica da concorrente.

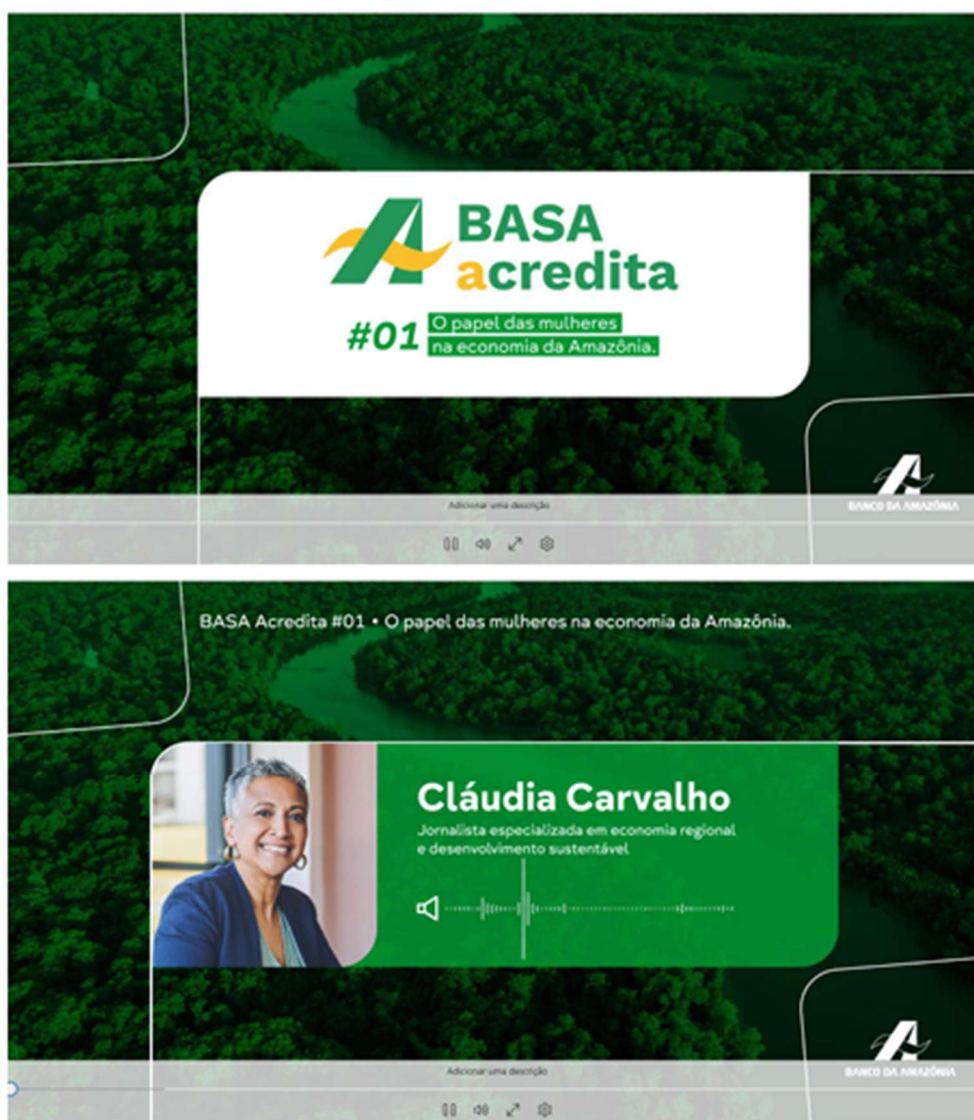
Ao invés de conferir uma vantagem indevida, o erro – repita-se: meramente formal – pode até já ter motivado alguma redução da nota da Partners, se a Subcomissão Técnica assim o entendeu. E, se não o fez, certamente foi por que já teve a correta percepção de que se trata, de fato, de um aspecto irrelevante.

Por outro lado, o abuso grosseiro da Filadélfia, por ser substancial, não acarretou nenhuma consequência, **nem mesmo a redução proporcional da nota.**

Assim, o argumento de que a Partners obteve “vantagem material indevida” em função dessa falha formal é desleal e busca um tratamento igual para situações totalmente diferentes, solapando os ditames do bom senso.

2. Quanto à alegação de que a Partners excedeu o número de dez peças exemplificadas permitidas

Aqui, há uma clara tentativa de transformar uma qualidade em defeito e, desta forma, induzir erro de julgamento. Afirmo a I-Comunicação que a Partners excedeu o número de peças, ferindo o subitem a) do item 1.3.3.4 do edital, que prescreve que “a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos”. Para tanto, se baseia nas três imagens abaixo, referentes ao Podcast apresentado pela Partners:





O que a I-Comunicação não observou, ou não se preocupou em verificar, é que não há, aqui, nenhuma variação de abordagem e formato, nem se trata de três podcasts diferentes: **as três imagens apresentadas se referem exatamente ao mesmo e único podcast, que foi apresentado como uma só unidade de peça, completa e profissionalmente editada**, o que só demonstra a competência e o apuro técnico da Partners. As imagens que mostram as duas mulheres se referem, respectivamente, à “jornalista” que conduz a entrevista apresentada no podcast e à “especialista” entrevistada e se sucedem na **mesma peça digital editada**, à medida que as falas das respectivas personagens são apresentadas.

Para sustentar sua afirmação tendenciosa, a recorrente I-Comunicação afirma que *“quando se analisa atentamente as pranchas e as peças apresentadas pela Partners, verifica-se que a Recorrida apresentou um Podcast, que, no entanto, conta com algumas imagens, tal como plano de fundo, logomarca, fotos, textos, que, de forma incontestada, caracteriza-se como uma nova peça”*, intencionalmente omitindo que o *“plano de fundo, logomarca e fotos”* elencadas referem-se a uma mesma peça, como é corretamente esclarecido pela Partners, no caderno apresentado.

Assim, considerar que essas imagens são provas de diferentes *“variações de abordagem ou formato”* é um absurdo e revela desconhecimento da comunicação digital. Para efeitos

de comparação, aceitar essa afirmação seria tão sem sentido quanto afirmar que cada card de um post carrossel é uma peça diferente; ou que cada frame retratado em um storyboard, referentes às cenas de um mesmo vídeo, caracterizava uma abordagem diversa. Um argumento desse tipo ignoraria, até mesmo, a tendência da comunicação digital de melhorar o ranqueamento em redes sociais pela priorização de peças de audiovisual, evitando uma mensagem apresentada de forma estanque. Em nenhuma licitação desta natureza e diante de nenhum julgador qualificado e responsável esse argumento teria qualquer validade, e a IComunicação, como uma empresa experiente, deveria se abster de tentar esse tipo de afirmação.

3. Das alegações de que a Partners apresenta orçamento com produtos incompatíveis às ações previstas.

Em seu afã de desqualificar a proposta técnica da Partners, observa-se que a I-Comunicação enuncia, até mesmo, argumentos contraditórios, construídos de forma ligeira e desarrazoada. Vejamos essa sequência de textos de seu recurso, que comprova a via tortuosa adotada para, novamente, colocar defeitos onde não existem:

107. Como se isso não bastasse, verifica-se, ainda, que a Recorrida infringiu o item 1.3.4 do Apêndice II, o qual determina que o plano de implementação deve contemplar e justificar o desenvolvimento de todas as ações e/ou peças de comunicação digital constantes na proposta apresentada.

108. A fim de comprovar o alegado, basta observar que a Recorrida, **além de propor apenas 10 (dez) peças corporificadas e apresentar um cronograma limitado a essas mesmas 10 (dez) peças, atribui à sua proposta um orçamento de R\$ 15.999.550,00 (quinze milhões, novecentos e noventa e nove mil e quinhentos e cinquenta reais), bem como e prevê produtos incompatíveis com as ações previstas.**

109. Ademais, a forma como foi elaborado e apresentado orçamento da Partners não permite à Subcomissão verificar, de maneira objetiva, a destinação de cada item (...)

110. A título exemplificativo, é possível verificar que a proposta do licitante precifica 33 (trinta e três) vídeos premium, sem explicitar onde e como serão utilizados, não atendendo ao detalhamento exigido pelo edital. sua vinculação às ações propostas.

(grifos nossos)

Ora, **apresentar “apenas 10 peças exemplificadas” era o que se exigia em edital; e alinhar a precificação de 33 vídeos premium** – quantidade de vídeos compatível com a relevância da campanha proposta, com a Estratégia apresentada e com a verba disponibilizada – **comprova exatamente que a Partners não estava propondo gastar mais de 15 milhões de Reais em dez peças, ou seja, o argumento da IComunicação não tem sentido.**

Além disso, muito ao contrário do que tenta afirmar a I-Comunicação, sem qualquer fundamento, a disposição do Orçamento prova cabalmente que a Partners não estava propondo “produtos e serviços incompatíveis com as ações previstas”.

Ao apresentar orçamento conciso e objetivo, como requer a licitação, **dentro das 15 páginas permitidas** e alinhando apenas os produtos compatíveis com os itens de contrato disponibilizados, a Partners apenas demonstrou a sua competência e assertividade em valorizar e alocar corretamente os recursos disponibilizados, e isso não deveria ser motivo de tentativa de recurso, para nenhuma concorrente.

4. Quanto à alegação de que a Partners fere o edital ao apresentar as peças exemplificadas

Também não procede a alegação de que a Partners ignora o edital ao apresentar seu caderno de peças, *“incluindo elementos que não estão especificados no detalhamento das ações”*. **Ao apresentar o Caderno de Peças, a Partners, na verdade, simplesmente cumpriu o edital ao enunciar o veículo, a natureza da peça e o público-alvo.** De forma alguma, novos elementos foram acrescentados, e não utilizar exatamente as mesmas palavras na Solução inserida na Proposta Técnica e na apresentação do Caderno de Peças **não caracteriza falta, nem é uma exigência do edital**, como pretende a IComunicação.

Por todos estes motivos, demonstra-se que a proposta da Partners manteve-se aderente às definições do ato convocatório, não podendo ser dado provimento aos pedidos da Recorrente para a desclassificação ou redução de nota

III. REQUERIMENTOS.

Por todo o exposto, a **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, ratificando as **razões do seu próprio recurso administrativo**, requer que seja dado provimento **parcial** ao recurso da **ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, apenas para **desclassificar a licitante FLD S/A (Filadélfia)**, ou, sucessivamente, **reduzir a pontuação obtida na proporção do excesso de páginas, considerando a limitação do edital.**

Quanto à proposta da Partners, requer seja **negado provimento aos pedidos de desclassificação ou redução da pontuação obtida**, conforme exposto nestas contrarrazões.

Pede deferimento,

Belo Horizonte/MG, 30 de janeiro de 2025.

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.