

Maria Cecília Mattesco Caixeta

De: in.Pacto Licitação <licitacao@inpacto.co>
Enviado em: terça-feira, 30 de abril de 2024 17:30
Para: CX - CPL VALEC
Assunto: CONTRARRAZÕES ADMINISTRATIVAS - LICITAÇÃO 10/2023
Anexos: Contrarrazões in.Pacto INFRA .pdf

À INFRA S.A., POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

A IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, vem, respeitosamente, com fulcro na Lei nº 13.303/2016 e no Regulamento de Licitações e Contratos da INFRA S.A., interpor as presentes CONTRARRAZÕES ADMINISTRATIVAS.

Atenciosamente,

Priscila Leal
Head de Logística
(61) 2107.9301 / (61) 99110.3932
priscila.leal@inpacto.co/www.inpacto.co



Esta mensagem e seus anexos são de uso exclusivo de pessoas e entidades autorizadas pela in.Pacto e podem conter informações confidenciais e/ou privilegiadas. É proibido revelar, alterar, copiar, divulgar ou se beneficiar, direta ou indiretamente, dessas informações sem a autorização de seus autores. Se você recebeu este e-mail por engano, por favor, informe ao remetente e apague a mensagem imediatamente. A in.Pacto se reserva ao direito de pleitear ressarcimento pelos prejuízos decorrentes do uso indevido das informações e de requerer a aplicação das penalidades cabíveis.

À INFRA S.A., POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

REF.: CONCORRÊNCIA Nº 10/2023

Processo nº 50050.007063/2023-74

IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S, sociedade simples, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, sediada no SAUS Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901/921, Asa Sul, Brasília/DF, CEP 70.070-913, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro na Lei nº 13.303/2016 e no Regulamento de Licitações e Contratos da INFRA S.A., interpor as presentes **CONTRARRAZÕES ADMINISTRATIVAS**, consoante as razões de fato e de direito adiante articuladas.

I – DAS CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Inicialmente, a in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital registra seu respeito aos membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica responsáveis pelo julgamento das propostas.

É essencial destacar que as contrarrazões apresentadas estão estritamente ligadas à interpretação objetiva dos fatos ocorridos durante o procedimento licitatório e aos recursos interpostos por outras licitantes. As divergências aqui apresentadas baseiam-se na correta aplicação da Constituição, da legislação vigente e do edital.

II – TEMPESTIVIDADE

De acordo com o subitem 20.2 do edital, a licitante dispõe do prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, para impugnação dos recursos ora apresentados no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis. Portanto, o prazo para as contrarrazões administrativas teria início em 23/04/2024, sendo o prazo final para o protocolo do recurso em 30/04/2024. Assim, protocolizado nesta data, não remanesce a menor dúvida acerca da tempestividade da presente irresignação.

III – DA SÍNTESE DOS FATOS

Ressalta-se que a Infra S.A. iniciou a etapa externa da licitação, conforme estabelecido no Edital de Concorrência nº 63/2023, com o objetivo de selecionar uma empresa fornecedora de serviços de comunicação digital. Os serviços incluem o desenvolvimento de uma campanha para a Infra S.A., englobando as atividades de prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital; a criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital; além da criação, implementação e desenvolvimento de abordagens inovadoras em comunicação digital para ampliar o impacto das mensagens

e conteúdos da Infra S/A em seus canais próprios e outros ambientes digitais, alinhados com as novas tecnologias.

Em 11/04/2024, a Comissão Especial de Licitação reuniu-se para dar continuidade à concorrência nº 63/2023. Na ocasião, foram abertos os invólucros nº 3, e as pontuações das licitantes foram reveladas, baseando-se na análise e julgamento dos documentos do envelope nº 2, referente ao plano de comunicação corporativa — via não identificada, e do invólucro nº 3 — via identificada. A distribuição das pontuações foi a seguinte:

DECRESCENTE		
Ordem Classificatória	Pontuação Técnica	Licitante
1	83,7	In Pacto Comunicação Corporativa Digital
2	80,4	Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web
3	79,7	L2W3 Digital (Moringa Digital)
4	77,3	In Press Oficina Assessoria de Comunicação LTDA
5	67,4	IComunicação Integrada
6	66,0	Partners Comunicação Integrada LTDA

É importante enfatizar que, conforme os resultados, a in.Pacto obteve a primeira colocação. A Clara ficou em segundo lugar, seguida pela L2W3, em terceiro, e pela In Press, em quarto. As empresas IComunicação e Partners foram desclassificadas por não alcançarem a pontuação mínima exigida.

Todas as agências submeteram seus recursos administrativos à Comissão. As contrarrazões apresentadas agora por esta recorrida são em resposta aos recursos interpostos pelas demais licitantes e, eventualmente, aos julgamentos iniciais da Comissão.

IV – DO RECURSO APRESENTADO PELA MORINGA (L2W3)

A Moringa inicia seu recurso, no que se refere à **in.Pacto**, afirmando que “a pontuação das empresas in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital (...) e Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web é incompreensível e merece ser reformada, diante da evidência do descumprimento da in.Pacto Comunicação Corporativa Digital (...) e Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web do edital e consequentemente para atingimento da pontuação referente aos itens a seguir”.

A alegação de que é “incompreensível” a **in.Pacto** ter alcançado pontuação superior à da Moringa carece de fundamento, considerando que a avaliação realizada pela Comissão foi estritamente técnica e embasada nos critérios pré-definidos no edital, apesar desta licitante ter recorrido contra aspectos do julgamento em torno de sua proposta e das concorrentes.

Todavia, é importante salientar que a **in.Pacto**, ao pontuar por ter alcançado a melhor técnica, demonstrou claramente atender e até superar as exigências estabelecidas nos itens específicos do edital. As pontuações atribuídas refletem a superioridade da proposta desta recorrida, que não apenas cumpriu com todos os requisitos, mas também apresentou inovações e soluções estratégicas que agregam valor e eficácia à comunicação da Infra S.A.

A Moringa afirma, mais adiante, que:

“Na proposta apresentada pela In Pacto, menciona-se a realização de Workshops e Tomadas de Subsídios como eventos centrais na estratégia de comunicação. Entretanto, tais eventos não fazem parte do objeto do contrato, nem estão incluídos na tabela de orçamento fornecida no edital. Esta menção a eventos não contemplados nem precificados implica uma proposta que potencialmente induz a custos não autorizados e estratégias que não poderão ser implementadas dentro do escopo contratual”.

Como pode ser visto, a crítica da Moringa revela um equívoco significativo na interpretação da proposta da **in.Pacto**, evidenciando falha grave na compreensão do

próprio edital, que explicitamente lista entre seus objetivos específicos a necessidade de “informar sobre as datas e locais em que acontecerão os workshops e a tomada de subsídio”. A **in.Pacto**, ao contrário da Moringa, observou atentamente o edital e incorporou esses elementos em sua proposta de forma alinhada às diretrizes estipuladas. Os trechos a seguir demonstram a conformidade e eficácia da proposta da **in.Pacto** em relação ao cumprimento dos requisitos do edital:

dos. Além disso, é imperativo promover a participação popular no desenvolvimento do PNL, informando sobre workshops e a tomada de subsídios. Deve-se propor um pla-

2. Passada a fase 1, de reforço de marca, é chegada a hora de intensificar as ações nas etapas de construção do PNL 2055 e preparar workshops e tomadas de subsídios. Nesta fase 2, os públicos da campanha são mobilizados diretamente, a partir da

Este processo incluirá a realização de workshops e tomadas de subsídios, com uma abordagem regionalizada. Recomendamos que uma capital de cada região do país seja sede de um workshop e de uma tomada de subsídios ao longo de cinco meses, funcionando da seguinte maneira:

• Os workshops e tomadas de subsídios serão eventos organizados pela Infra S.A., reunindo operadores logísticos, representantes de estados e municípios na área de planejamento logístico e infraestrutura de transporte, entidades relacionadas ao transporte logístico, formadores de opinião, além de membros da grande imprensa e imprensa especializada. A participação será a partir de inscrição prévia na landing page do PNL. A população em geral também será convidada a participar ativamente. Have-

rá divulgação massiva nas redes sociais da Infra S.A., com suporte do Ministério dos Transportes e divulgação junto a atores mapeados em forma de colab.

• Durante os workshops, serão realizadas discussões abertas, apresentações e dinâmicas para fomentar a troca de ideias e perspectivas. Esses eventos serão oportunidades para esclarecer dúvidas, ouvir sugestões e alinhar estratégias, contribuindo para a elaboração colaborativa do PNL 2055.

• As tomadas de subsídios seguirão uma abordagem similar, mas quem não puder participar poderá preencher formulário online com espaços dedicados à coleta de contribuições e insumos de diversos setores da sociedade. Membros dos públicos-alvo, incluindo a população em geral, serão incentivados a fornecer informações e propostas que enriqueçam o processo de construção do plano. A regionalização desses eventos se dará pelo contexto de cada parte do país. Por isso, os formulários podem ter questões distintas a serem preenchidas. Tal abordagem permite considerar especificidades locais, garantindo um plano abrangente e alinhado às necessidades de diferentes regiões do país.

• Ambos os formatos visam assegurar que a construção do PNL 2055 seja um esforço colaborativo, inclusivo e transparente, refletindo as diversas perspectivas e necessidades logísticas do Brasil. Essas abordagens garantirão que os workshops e as tomadas de subsídios sejam experiências participativas e inclusivas para todos os envolvidos.

• Cada workshop contará com vídeo de apresentação do PNL e suas principais informações, uma apresentação a ser feita pela Infra S.A. aos participantes, além de conteúdos para redes sociais e sites da empresa e do Plano. A organização dos eventos e coleta de dados ficará por conta da equipe da Infra S.A.

Reforça-se que a **in.Pacto** explicitou visivelmente, em sua proposta, que **os workshops e tomadas de subsídios serão eventos organizados pela Infra S.A.,**

reunindo operadores logísticos, representantes de estados e municípios na área de planejamento logístico e infraestrutura de transporte, entidades relacionadas ao transporte logístico, formadores de opinião, além de membros da grande imprensa e imprensa especializada”. A **in.Pacto**, portanto, não apenas atendeu integralmente ao edital, mas também excedeu as expectativas, ao incorporar uma estratégia abrangente que inclui a realização de workshops e tomadas de subsídios.

Em outro momento, a Moringa aponta que, embora a proposta da **in.Pacto** mencione um vídeo manifesto de um minuto, o vídeo apresentado tem quase dois minutos. Isso foi uma falha óbvia de digitação que não afeta a qualidade ou a validade da proposta submetida por esta recorrida. Importante salientar que a **in.Pacto** atendeu completamente ao item “8.2 - Vídeos para as redes sociais”, conforme especificado no Anexo I (produtos e serviços essenciais e precificados) em seu plano de implementação e orçamento. Portanto, a crítica é infundada e visa apenas a crítica sem base sólida.

Mais adiante, a Moringa especula que a landing page apresentada pela **in.Pacto** não segue o padrão Gov.BR, além de tecer comentários subjetivos sobre o “volume excessivo de texto”, que, segundo ela, “torna a leitura monótona e potencialmente desengajadora”. No entanto, é fundamental esclarecer que as empresas públicas, como a Infra S.A., não estão obrigadas a aderir ao modelo do Gov.br. Isso é evidenciado pelo site da VALEC, por exemplo, que também não segue o padrão do governo, e outras entidades como: Casa da Moeda do Brasil; Serpro; Caixa Econômica Federal; e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Adicionalmente, não existe nenhuma previsão no edital que obrigue a adoção do padrão Gov.br para o desenvolvimento de sites ou landing pages. Portanto, o argumento de que a proposta da **in.Pacto** contraria práticas de usabilidade e acessibilidade, por não seguir o padrão Gov.BR, não possui fundamentação editalícia, nem regras previstas pelo próprio governo federal. Além disso, as críticas sobre a “monotonia” e “engajamento da leitura” são subjetivas e não comprovam qualquer violação das normas licitatórias. Alegar que o material da **in.Pacto** “torna a leitura monótona” e é “potencialmente desengajadora” é desvalorizar de maneira infundada uma proposta concorrente, o que foge às práticas esperadas em uma licitação saudável e justa. Não cabe às licitantes

julgar ou desmerecer as propostas das concorrentes, especialmente quando essas críticas não estão baseadas em descumprimentos objetivos do edital.

Mais à frente, a Moringa novamente lança acusações de forma extremamente subjetiva e crítica em relação à proposta concorrente, o que é desaconselhável em um processo licitatório:

“Frisa-se que as peças apresentadas carecem de requinte e não refletem a modernidade e a aplicabilidade esperadas de uma empresa como a INFRA S.A. A direção de arte falha em capturar e transmitir a essência de uma entidade corporativa que se posiciona como moderna e inovadora no cenário atual”.

Sobre os pontos acima, é importante questionar o que exatamente a Moringa considera como “requinte”. A crítica se baseia em uma percepção totalmente subjetiva, sem qualquer fundamento técnico que justifique a desaprovação das peças apresentadas pela **in.Pacto** que, aliás, não deve ser objeto de recurso – não cabe às concorrentes aprovar ou não o material de outra licitante, senão utilizar o documento recursal para apresentar fatos que comprovem o descumprimento de requisitos editalícios. Além disso, não é correto nem ético desvalorizar a proposta de uma concorrente com subjetividades descabidas de razões. Atacar de forma subjetiva, como fez a Moringa, não é prática que se espere em uma concorrência, especialmente uma realizada por entidade tão importante quanto a Infra S.A. A **in.Pacto** cumpriu com os requisitos do edital, apresentando uma proposta que atende aos padrões de modernidade e inovação exigidos, refletindo o posicionamento corporativo da Infra S.A. – tanto que venceu o certame.

Outra afirmação da Moringa foi de que as supostas “falhas” não são meros erros pontuais, mas sim indicativos de uma abordagem que poderia resultar em comunicações imprecisas ou até contraproducentes. Isso revela uma lamentável tentativa da Moringa de desqualificar a proposta da **in.Pacto** sem apresentar qualquer base sólida, talvez na intenção de influenciar negativamente a percepção da Comissão, utilizando-se de alegações vagas e inconsistentes. A Moringa recorre a um discurso sem coerência, que busca minar a credibilidade de uma proposta concorrente.

Diante da solicitação da Moringa de que seja feita uma revisão detalhada das pontuações atribuídas à **in.Pacto**, é importante ressaltar a falta de consistência nos argumentos apresentados pela concorrente neste sentido, pois os mesmos não se baseiam em critérios objetivos e claros definidos pelo edital.

A in.Pacto solicita, respeitosamente, que a Comissão Especial de Licitação não acate os pedidos da Moringa para a revisão da pontuação obtida por esta recorrida, uma vez que sua proposta atendeu e superou os requisitos estabelecidos pelo edital, demonstrando evidente superioridade técnica e estratégica.

V – DO RECURSO APRESENTADO PELA CLARA

A Clara começa por acusar a **in.Pacto** de introduzir identificadores indevidos em sua proposta, especificamente referindo-se a uma suposta marca d'água em um vídeo. Contudo, é essencial questionar: qual seria o vínculo da marca d'água com a in.Pacto? Caberia à Clara comprovar esse vínculo, pois, como é de conhecimento jurídico, cabe à acusação o ônus da prova. É evidente que não existe nenhuma identificação direta desta licitante com a marca citada, o que desmonta completamente a argumentação da recorrente. Este raciocínio equivale a sugerir que as imagens de banco de imagens utilizadas pela Clara poderiam ser associadas a ela, caso fossem identificadas em plataformas como Shutterstock ou Envato, por exemplo, ou qualquer outra que ela tenha utilizado. Tal suposição feita pela concorrente é absurda e revela um desespero por parte da recorrente em buscar falhas onde não existem, numa clara tentativa de confundir e influenciar de maneira negativa a avaliação da Comissão.

Além disso, a insistência de Clara em tentar, a todo custo, diminuir a imagem da **in.Pacto** como uma empresa que viola os termos do edital carece de qualquer fundamento jurídico e fere diretamente os princípios da legalidade, imparcialidade e moralidade, que regem todas as atividades de licitação. Sua abordagem não só é inapropriada, mas também ofensiva, pois desafia a integridade de um processo que foi meticulosamente projetado para assegurar a mais completa transparência e justiça.

Entretanto, a despeito do caráter desesperado das acusações levantadas pela Clara, a **in.Pacto**, no intuito de dirimir qualquer eventual dúvida que possa restar, toma a iniciativa de esclarecer os fatos de maneira precisa. Primeiro ponto: é importante notar que o segmento de vídeo utilizado foi extraído do YouTube, plataforma amplamente reconhecida, e incorporado no vídeo manifesto, haja visto se tratar de peça exemplificada. Isso está em total conformidade com o Anexo IV-A, item 1.3.3.3.5 do edital, que explicita: “Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação”. Este importante trecho do edital esclarece que não existem restrições rígidas quanto ao uso de materiais de fontes externas como YouTube, Vimeo ou quaisquer outras plataformas digitais, permitindo que as licitantes decidam a maneira de apresentar suas peças exemplificadas, quais imagens utilizar, desde que demonstrem sua aptidão técnica e transmitam a mensagem da estratégia digital. É o que o recorte a seguir ratifica:

1.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

Todavia, para garantir total transparência e a legitimidade do uso desse material, a **in.Pacto** apresenta link para o trecho de vídeo utilizado em seu vídeo manifesto, que, como já mencionado, foi retirado do YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=190qBqC3Lqs&t=302s>. A Clara pode acessá-lo e visualizá-lo. Esse exemplo demonstra que o uso do trecho está dentro dos parâmetros estabelecidos pelo edital e pode ser empregado por qualquer licitante em suas peças exemplificadas, já que **tais materiais não serão publicados pela Infra S.A. e não identificam qualquer proposta técnica, justamente por serem públicos.**

Neste contexto, é imperativo destacar que a Clara, ao levantar vícios inexistentes na proposta da **in.Pacto**, especificamente em relação ao uso de materiais de fontes externas, assume uma postura que desvirtua os princípios de um julgamento justo e equânime, pois ela mesmo evidentemente utilizou trechos de banco de imagens de vídeo. Esta ação não somente revela uma interpretação errônea e restritiva das normas editalícias, mas também configura uma conduta processual questionável. Além disso, segundo os princípios fundamentais do direito, em especial sobre o ônus da prova,

reforça-se que é responsabilidade da Clara demonstrar inequivocamente a existência de um vínculo entre a **in.Pacto** e a marca d'água mencionada em sua acusação. Esta obrigação processual, claramente estabelecida, teria imposto à Clara a necessidade de fornecer evidências concretas e irrefutáveis que sustentem suas alegações. É incumbência da parte que levanta a acusação comprovar suas alegações, uma tarefa que se mostra particularmente desafiadora neste caso, dado que tal vínculo, de fato, não existe.

No entanto, essa demonstração é impossível, visto que, como bem sabemos, tal vínculo não existe. A Clara acusou por acusar. Suas reivindicações são infundadas e não têm sustentação jurídica.

A impossibilidade de satisfazer essa exigência probatória não apenas debilita significativamente a posição da Clara, mas também ressalta a falta de fundamento de sua tentativa de ignorar a legitimidade da proposta da **in.Pacto**. **Essa situação reforça a necessidade de que a Comissão rejeite as acusações infundadas e reconheça que a proposta da in.Pacto está em plena conformidade com os requisitos estipulados pelo edital.**

Ainda no contexto do recurso apresentado pela Clara, observa-se repetidas tentativas de desqualificar de forma infundada e inapropriada a proposta da in.Pacto, no intuito claro de prejudicar a reputação da in.Pacto.

A Clara alega que a **in.Pacto** teria excedido a verba referencial estabelecida para a campanha, conforme o briefing do edital, que é de R\$ 500.000,00. Tal acusação, entretanto, é completamente infundada. A **in.Pacto**, ao precificar a ação “Projeto Editorial Integrado para redes sociais” como “conteúdo para redes sociais”, fez uma interpretação correta do edital, que busca promover o princípio da economicidade, não apenas orçando de maneira eficiente, mas também evitando redundâncias no orçamento. Note-se:

Ações	Item equivalente no edital	Compatibilidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor total	%
Planejamento de conteúdo para a campanha	3.3 Planejamento de conteúdo	Não se aplica	1	R\$ 15.472,76	R\$ 15.472,76	3,1%
Projeto editorial integrado para redes sociais	B.1 Conteúdo para Redes Sociais	Baixa	12	R\$ 7.261,37	R\$ 87.136,44	17,5%

Contrariamente às acusações da Clara, a **in.Pacto** não negligenciou itens necessários. Ao optar por orçar “Planejamento de Conteúdo”, a **in.Pacto** cobriu, de forma abrangente, as demandas de conteúdo para as redes sociais da Infra S.A., demonstrando entendimento aprofundado do princípio da eficácia, que busca a máxima efetividade na execução contratual, com o mínimo de dispêndio possível. O planejamento incluído na proposta detalha todas as orientações necessárias para a produção de conteúdo, tornando desnecessário um orçamento separado para “pauta”, como erroneamente aponta a concorrente.

Este entendimento está em plena conformidade com a Lei nº 14.133/2021, que reforça a necessidade de aderência aos princípios da moralidade, eficiência, interesse público, probidade administrativa, planejamento, segurança jurídica, razoabilidade, competitividade, proporcionalidade, além da já mencionada economicidade. A **in.Pacto**, ao fazer essa escolha, não só cumpre com todas as exigências legais, como também demonstra prudência e responsabilidade fiscal, garantindo que os recursos da Infra S.A. sejam utilizados de maneira otimizada.

Um exemplo de inconsistência nos argumentos de Clara: a concorrente critica a **in.Pacto** por não orçar o serviço de pauta para doze atendimentos, enquanto o edital claramente limita o número a cinco. Tal erro na interpretação do edital por parte da Clara revela uma compreensão inadequada das especificações do processo licitatório, minando ainda mais a credibilidade de suas reclamações.

A Clara também direciona suas críticas à peça 4 produzida pela **in.Pacto**: “Podcast Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A.”. A licitante argumenta, erroneamente, que o item “podcast” não poderia incluir um serviço de apresentador para moderação, descrevendo, de forma inadequada, que isso resultaria em um “monólogo ou diálogo fluído, em que ambas as partes estão a conversar sem que uma dê fluxo ou ritmo ao debate. (...) ou seja, trata-se sempre de diálogo ‘engessado’ [o não uso de entrevistador], em que o moderador conduz o fluxo da conversa, realizando perguntas e respostas, estabelecendo o fluxo e o ritmo da conversa”.

Ora, a concorrente realmente supõe que uma instituição séria e inovadora como a Infra S.A. desejaria receber um podcast caracterizado por um “diálogo engessado”?

Importante destacar que a **in.Pacto** apresentou um episódio de podcast exemplificativo **sem um apresentador tradicional**, mas com um entrevistador que participava de um bate-papo dinâmico com os participantes, justamente para dar vitalidade e não deixá-lo “engessado”.

Ressalta-se que a rigidez da Clara sobre a análise da proposta da **in.Pacto** deveria ser aplicada às suas próprias peças, que deixaram a desejar, mas esta licitante optou por não questionar sua qualidade no recurso apresentado – apenas ater-se estritamente ao que determinava o edital. Neste contexto, cabe destacar que isso se alinha ao Anexo IV-A, item 1.3.3.3.5 do edital, segundo o qual “os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação”. Em resumo: as peças devem ser vistas como meras demonstrações das capacidades criativas e técnicas dos licitantes, não como produtos finais. Portanto, as críticas da Clara não apenas distorcem os propósitos do edital, mas também revelam falta de entendimento sobre os critérios de avaliação e a flexibilidade permitida na apresentação das propostas.

A Clara também direciona suas críticas infundadas à peça 9 da proposta da **in.Pacto**, que apresentou um kit de conteúdo criado para colaborações com influenciadores. Essa crítica evidencia uma interpretação distorcida da proposta da **in.Pacto**, com a Clara descrevendo erroneamente o kit como um guia/manual de 08 páginas que seria inadequado para posts em redes sociais. O conteúdo do kit foi projetado para ser adaptável a diversos formatos digitais, incluindo cards e outros formatos apropriados para as redes sociais, e isso fica evidente na proposta desta licitante. A Clara, lamentavelmente, ignora o fato de que plataformas digitais, como o LinkedIn, por exemplo, são plenamente capazes de suportar esse formato. Ou essa concorrente desconhece a possibilidade de publicar pdfs em plataformas digitais? Reitera-se que a

ação junto aos influenciadores ou parceiros para promoção em suas próprias plataformas, por meio de ações colaborativas, não implica em custos adicionais. Note-se:

Kit de conteúdos regionalizados para ações em colab: será produzido um kit com conteúdos a serem enviados para os influenciadores ou parceiros mapeados para que divulguem em suas plataformas em ações de colab. Dinâmica: cards estáticos, cards animados e carrosséis em diferentes formatos serão criados e ofertados aos influenciadores mapeados para que, com esse material em mãos, divulguem em suas redes sociais conteúdos sobre a Infra S.A., o PNL e os workshops e tomadas de subsídios. Finalidade e função tática: informar, segmentar e engajar. Público-alvo: influenciadores e parceiros.

Adicionalmente, é imperativo reforçar que as ações de colaboração, integralmente planejadas na proposta da **in.Pacto**, são vitais para a estratégia digital, seguindo o modelo de colaboração sem custos de contratação, uma prática comum e reconhecida no campo da comunicação e marketing digital. Esse conceito de colaboração envolve parcerias estratégicas que beneficiam ambas as partes, sem transações financeiras diretas, algo que a Clara falhou em compreender. A incompreensão da Clara quanto a essa dinâmica moderna de engajamento digital reflete uma desconexão notável com as práticas atuais de comunicação digital, comprometendo a validade de suas objeções à proposta desta recorrida. De todo modo, é importante apresentar a realidade sobre o que consta na proposta da **in.Pacto**, pontos ocultados pela Clara em seu documento recursal:

1. A **in.Pacto** aponta, claramente, que serão identificados perfis que possam ser colaboradores na difusão de conteúdos relacionados ao PNL. Reitera-se: que possam ser, não que serão. Isso evidencia a estratégia sem custo.

2. Informar: o pilar "Informar" se concentra na divulgação da Infra S.A e da construção do PNL 2055, assim como na divulgação dos workshops e tomadas de subsídios. Aqui, há uma mobilização direta dos públicos-alvo por meio de boletins eletrônicos, e-mails marketing e colaborações com formadores de opinião. A informação técnica do PNL é disseminada, enfatizando dados dos leads gerados e utilizando a nova página específica sobre o Plano. O monitoramento constante orienta as estratégias, incluindo a identificação de influenciadores para ações de colab.

S.A.. Aqui, utilizaremos os dados dos leads gerados pela plataforma. Ainda na fase 2, outras ações promocionais bonificadas (sem custo) serão trabalhadas, como o uso de colabs com parceiros e influenciadores. Por meio do monitoramento, serão identificados perfis que possam ser colaboradores na difusão dos conteúdos relacionados ao PNL, sejam eles nano, micro ou macro influenciadores.

2. Ao definir os públicos, resultados e efeitos esperados, a **in.Pacto** aponta que alguns selecionados poderão produzir conteúdos ou serem convidados para colaborações, mencionando formadores de opinião, grande imprensa e imprensa especializada. Destaca-se os termos “poderão” e “convidados”, o que não torna nada obrigatório.

Formadores de opinião, grande imprensa e imprensa especializada	Público secundário, mas essencial na campanha, pois tem o poder de pautar as redes sociais e alterar percepções e opiniões. Alguns selecionados poderão produzir conteúdos próprios ou serem convidados para colaborações. Efeitos esperados: conteúdos gerados pelos usuários, especialmente influenciadores locais e formadores de opinião. Como resultado, haverá o aumento no engajamento nas redes sociais e visibilidade dos canais da Infra S.A. – essenciais para o pós campanha, que privilegia conteúdos orgânicos. Tudo poderá ser mensurado e apresentado nos relatórios.
---	---

3. Ao mencionar a ação “colab com influenciadores/creators”, a **in.Pacto** deixa claro que será feita uma busca por parcerias para a produção de conteúdos. Mais uma vez, ela comprova que não haverá custo extra e que isso não depende de verba orçamentária, mas de relacionamento.

Colabs com influenciadores/creators: a gestão da rede de influenciadores/creators digitais inclui a busca por parcerias para a produção de conteúdos. Eles serão identificados logo no primeiro relatório de monitoramento e no trabalho de moderação. Dinâmica: vamos identificar e acompanhar os influenciadores, propor colabs na produção de conteúdos, apresentando e posicionando a Infra S.A. em temas relacionados ao PNL. Finalidade e função tática: informação e mobilização. Públicos-alvo: produtores de conteúdo, nano e micro influenciadores.

É notório que a Clara escolheu atacar com alegações sérias. A acusação de que a in.Pacto utilizou “uma série de artifícios para maquiagem” um suposto “deliberado erro” é alegação grave e irresponsável. Indispensável dizer que tais acusações, sem evidências concretas e sólidas que as sustentem, podem ser vistas como temerárias, fruto de uma conduta que prejudica o processo licitatório. Em um certame de alto nível e importância como este, é essencial que os apontamentos dos concorrentes sejam feitos com responsabilidade e baseados em provas, algo em que a Clara falhou.

Diante disso, é imperativo que se trate com a devida seriedade essas acusações – que envolvem argumentos frágeis, infundados, sem bases legais ou previstas no edital – reconhecendo-as como tentativas indevidas de descreditar uma proposta válida e inovadora, em um esforço evidente para influenciar negativamente o resultado do processo licitatório, o que vai de encontro aos princípios que deveriam reger um processo justo e competitivo.

É por estas razões que a in.Pacto solicita, respeitosamente, que sejam desconsiderados os pedidos de desclassificação ou redução de nota desta licitante, com observância aos princípios licitatórios vigentes, de modo que o andamento do certame seja justo, transparente, eficiente, respeite o interesse público, garanta a segurança jurídica, observando a razoabilidade, a competitividade, a proporcionalidade e a economicidade, como determina a Lei nº 14.133/2021.

VI – DO RECURSO APRESENTADO PELA IN PRESS

A In Press Oficina apresentou recursos contra a **in.Pacto**, concentrando-se exclusivamente no Subquesto 4 do Quesito 1. No entanto, as alegações levantadas carecem de substância e distorcem a verdade dos fatos.

Em seu recurso, a In Press acusa a **in.Pacto** de incluir indevidamente uma ação de "colabs com influenciadores/creators" em sua proposta técnica, alegando que tal ação seria incompatível com o edital por não estar listada como um custo essencial sob o item 9.1 do Anexo I (Conteúdo para Redes Sociais). Essa acusação falha em reconhecer que a proposta da **in.Pacto** previa tais ações sem custo adicional justamente por se tratar de "colabs", o que elimina a necessidade de um orçamento específico ou de alterações na lista de produtos e serviços essenciais.

Ressalte-se uma vez mais: a in.Pacto especificou claramente em sua proposta que, por meio do monitoramento, seriam identificados perfis adequados para colaborações na disseminação dos conteúdos do PNL, incluindo influenciadores de diferentes escalas. Esta estratégia se baseia no conceito de "colaboração", que implica uma parceria não remunerada que beneficia ambas as partes pela exposição mútua e pelo compartilhamento de conteúdos relevantes, sem envolver transações financeiras. Além disso, a in.Pacto enfatizou que formadores de opinião e a imprensa poderiam "produzir conteúdos próprios ou serem convidados para colaborações", destacando que essas interações não implicariam em custos adicionais. Destaque para o uso do termo "convidados" e não "obrigados" ou "custeados". Este uso estratégico da colaboração

comprova uma abordagem de engajamento orgânico, fundamentada no princípio da mutualidade, que potencializa a visibilidade sem onerar o orçamento.

Contrariamente às alegações da In Press, que insinua a improbabilidade de colaborações não remuneradas no mercado de influência digital, é preciso salientar que muitas parcerias no âmbito digital são construídas sobre bases não monetárias, especialmente quando ambas as partes visam benefícios mútuos em termos de conteúdo e alcance.

A falta de fundamentação e o entendimento superficial demonstrado pela In Press em suas críticas à proposta da in.Pacto, evidencia que tais alegações foram feitas sem uma análise meticulosa do conteúdo apresentado. Desta forma, a in.Pacto solicita, respeitosamente, que a Comissão desconsidere o pedido da In Press para a redução das notas a ela atribuídas – uma tentativa clara de descreditar uma proposta que cumpre plenamente com os objetivos estratégicos da Infra S.A., conforme estabelecido pelo edital.

VII– DO PEDIDO

Os argumentos expostos confirmam o estrito cumprimento do edital e a excelência técnica da proposta apresentada pela **in.Pacto Comunicação**. Eles também destacam os erros e as alegações infundadas, tanto jurídicas quanto relacionadas ao edital, por parte das empresas Moringa, Clara e In Press em seus recursos. Diante disso, a **in.Pacto** requer o PROVIMENTO das Contrarrazões Administrativas, solicitando, respeitosamente, que:

- Seja desconsiderado, integralmente, o pedido de revisão da nota da **in.Pacto** proposto pela Moringa, por falta de mérito nas alegações apresentadas;
- Seja ignorado o pedido de desclassificação ou redução da nota da **in.Pacto** feito pela Clara, por falta de embasamentos legais e falta de evidências de descumprimento do edital. Além disso, sugere-se que as graves acusações e insinuações feitas por ela sejam rigorosamente examinadas no contexto do julgamento dos recursos;

- Seja rejeitado o pedido de redução da nota da **in.Pacto** feito pela In Press, no âmbito do Subquesto 4 do Quesito 1, devido à falta de fundamentação adequada;
- Sejam majoradas as notas da **in.Pacto** para a pontuação máxima em todos os Subquestos e Quesitos, uma vez que a falta de fundamentação nos argumentos recursais das concorrentes apenas comprova que esta licitante cumpriu rigorosamente todos os requisitos técnicos, demonstrando total aderência ao edital e aos princípios licitatórios vigentes.

Os pedidos e recomendações acima devem ser considerados como contribuições ao trabalho da digníssima Comissão, que tem por finalidade zelar pelo cumprimento das leis que regem a concorrência pública e contribuir para que seja selecionada a melhor proposta, sempre observando o cuidado com os princípios licitatórios.

Caso, por fim, após os trâmites legais, essa douta Comissão não entenda pela reconsideração da pontuação conferida à Recorrida, o que se admite apenas a título de argumentação, requer seja o presente recurso encaminhado para análise da Autoridade Superior, nos termos da Lei nº 13.303/2016 e do Regulamento de Licitações e Contratos

Pede deferimento.

Brasília, 30 de abril 2024.

VITOR PACHECO DA COSTA
FORTES:72547081172

Assinado de forma digital por VITOR PACHECO
DA COSTA FORTES:72547081172
Dados: 2024.04.30 17:22:45 -03'00'

in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S

CNPJ nº 26.428.219/0001-80

Vitor Pacheco da Costa Fortes