

**À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DE
COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DE GOIÁS**

Referência: Concorrência nº 001/2024 - SECOM/GO

Processos SEI nº 202400005010054 e nº 202417697000363

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA, já devidamente qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no item 19.2. do Edital, apresentar

IMPUGNAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO

interposto pela licitante **SANTAFÉ IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA** em razão da pontuação final das propostas técnicas, pelas razões de fato e de direito a seguir delineadas.

I. BREVE SÍNTESE FÁTICA

1. Em apertada síntese, o Estado de Goiás, por intermédio da Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM, publicou o Edital da Concorrência nº 001/2024, do tipo "Melhor Técnica", visando à contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional.
2. Nesse contexto, após realizados os procedimentos previstos no instrumento convocatório, atribuídas as respectivas notas às propostas apresentadas, chegou-se à seguinte classificação:

¹ Considerando-se que o teor do recurso interposto foi disponibilizado no dia 16 de dezembro de 2024 (segunda-feira), o prazo de 3 (três) dias úteis previsto no item 19.2. do Edital, teve início no dia 17 de dezembro de 2024 (terça-feira), encerrando-se, por conseguinte, no dia 19 de dezembro de 2024 (quinta-feira). Afigura-se, portanto, plenamente tempestiva a presente impugnação, eis que submetida nesta data.

Empresa	Invólucro nº 1	Invólucro nº 3	Total Geral	Classificação
FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda.	70,8	25	95,8	1ª
Partners Comunicação Integrada Ltda.	62,0	25	87,0	2ª
SantaFé Ideias Inteligentes em Marketing e Comunicação Ltda.	62,0	25	86,0	3ª
Apex Comunicação Estratégica Ltda.	59,3	25	84,3	4ª

3. Irresignada com o resultado do certame, a licitante SANTA FÉ interpôs recurso com a finalidade de lograr a redução da pontuação que atribuída à FSB.

4. Malgrado o esforço da Recorrente, a decisão atacada é hígida e perfeitamente sintonizada com os comandos do Edital e da Lei de Licitações, razão pela qual a improcedência do recurso é medida que, desde já, se impõe, nos termos do que será demonstrado detidamente a seguir.

II. PRELIMINARMENTE

5. Inicialmente, antes de adentrar no mérito propriamente dito, faz-se necessário rememorar que o instrumento convocatório é categórico ao dispor que, além da Lei 14.133/2021, a presente Concorrência é realizada com base nas premissas estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, aplicáveis ao objeto do certame, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.

6. Sob esta ótica, sobreleva-se que a Subcomissão Técnica foi pensada pelo legislador do referido diploma legal com o fito de conferir legitimidade, higidez, transparência e imparcialidade ao julgamento, porquanto trouxe a exigência de se apreciar e pontuar propostas sem qualquer identificação, justamente para evitar que algum julgador tenha a sua análise turvada por alguma questão de ordem pessoal.

7. Isto é, 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.

8. Isso ocorre com vistas a garantir a isonomia e a imparcialidade ao processo de seleção da proposta mais vantajosa. Assim, o julgamento apócrifo é uma regra cogente que visa evitar favorecimentos indevidos e assegurar a imparcialidade do processo.

9. Dessa forma, é importante ressaltar que a aplicação do princípio do julgamento apócrifo ao longo da fase recursal do processo licitatório traz consigo a limitação do âmbito de cognição dos recursos administrativos interpostos.

10. Isso significa que, uma vez proferido o julgamento das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica, não é possível haver um novo julgamento e alterações das notas atribuídas, a não ser em situações que correspondem à violação objetiva do disposto no instrumento convocatório.

11. Assim, mesmo após a interposição de recurso administrativo, **a pontuação inicialmente atribuída às agências licitantes não poderá ser modificada, salvo em situações em que forem constatadas irregularidades que ferem objetivamente o instrumento convocatório.**

12. No caso sub judice, no entanto, conforme será demonstrado de forma pormenorizada mais adiante nesta peça, as alegações tecidas pela Recorrente são de cunho manifestamente **subjetivo**, não merecendo qualquer acolhimento.

13. Com efeito, a Recorrente, de forma deselegante, além de trazer fatos deturpados à consideração da Subcomissão e das demais licitantes, desconsidera o trabalho efetuado pela Subcomissão Técnica, com claro intuito de protelar o certame, sendo a negativa de provimento do recurso ora respondido medida que se faz necessária.

III. RAZÕES PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO ORA IMPUGNADO

14. Irresignada com a sua classificação no certame, na desesperada tentativa de derrubar a licitante mais bem classificada e, assim, classificar-se no certame, a SantaFé interpôs recurso com base em argumentos manifestamente subjetivos, vazios e

desprovidos de qualquer conexão com a realidade, pleiteando, ao final, a majoração da nota a ela atribuída e a redução da nota da ora Recorrida.

15. Note-se que, no decorrer de seu recurso, a SantaFé se coloca na posição de julgadora e se utiliza de argumentos que não passam de sua mera opinião, de modo que, em razão de tanto e, de início, os argumentos suscitados pela Recorrente devem ser prontamente rechaçados.

16. Contudo, a título de defesa, passa-se a analisar e responder detidamente o mérito do recurso apresentado pela SantaFé, o qual não merece ser acolhido conforme será demonstrado a seguir.

17. No que diz respeito à FSB, a SantaFé introduz o seu recurso criticando a estratégia de comunicação apresentada pela FSB, que, conforme sua opinião, desconsiderou as necessidades e perspectivas tanto dos turistas quanto dos locais que os recebem.

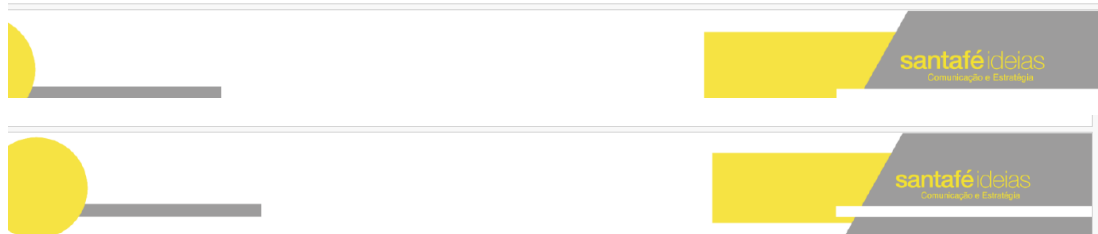
18. Todavia, o que se nota é uma grande confusão por parte da Recorrente, que interpõe recurso apontando que a Recorrida falhou em sua proposta ao deixar de tratar do “Turismo Brasileiro”.

19. Observe-se que o equívoco cometido pela SantaFé pode ser facilmente identificado nos trechos abaixo colacionados, extraídos de seu próprio recurso. Confira-se:

V – DA PROPOSTA APRESENTADA PELA FSB

Manter uma estratégia de comunicação que não leva em consideração as perspectivas tanto dos turistas quanto de quem os recebe nas localidades é, sem dúvida, uma abordagem ineficaz e falha, especialmente no contexto do setor turístico. A comunicação, no caso do turismo, deve ser uma via de mão dupla, onde é essencial entender não apenas o que atrai o visitante, mas também como as comunidades locais percebem e recebem os turistas, além de como a política pública influencia suas realidades. Quando essa dinâmica é negligenciada, os resultados são diretamente afetados, e o país perde a capacidade de se destacar no cenário global.

16



O Brasil, com sua vasta riqueza natural, cultural e histórica, tem um potencial turístico imenso, mas continua enfrentando desafios para atrair turistas nacionais e internacionais de forma consistente e sustentável. Um dos principais motivos disso é a falta de uma estratégia de comunicação integrada que consiga envolver tanto os turistas quanto as populações locais. Enquanto o Brasil segue apostando em campanhas publicitárias que, muitas vezes, não comunicam de maneira eficaz a verdadeira experiência de visitar o país, destinos como Costa Rica, República Dominicana e Maldivas têm superado essa falha com estratégias de comunicação focadas em suas realidades locais e nos valores autênticos que oferecem aos turistas.

Esses países menores, embora com recursos mais limitados em comparação ao Brasil, entenderam a importância de envolver tanto os visitantes quanto as comunidades locais em suas estratégias de comunicação. Eles conseguiram alinhar suas campanhas com as expectativas e experiências dos turistas, ao mesmo tempo em que promovem a hospitalidade e o envolvimento das populações locais, criando um ciclo virtuoso de crescimento e atração. Enquanto isso, o Brasil, por não incorporar essa perspectiva holística, tem perdido espaço para esses destinos que estão mais bem posicionados na comunicação turística.

Portanto, é evidente que sem uma estratégia de comunicação eficaz e inclusiva, como a apresentada pela FSB, e que considere as necessidades e perspectivas tanto dos turistas quanto dos locais que os recebem, o Brasil corre o risco de continuar perdendo competitividade no cenário global, para países menores e mais estratégicos, que têm conseguido entender e aplicar as melhores práticas de comunicação no turismo. É por isso que a manutenção da estratégia daquela licitante pode ser considerado como uma decisão equivocada, justamente pelo conceito e estratégia da **SANTAFÉ** serem possíveis de corrigir isso. É com base nessas informações que apresentamos os argumentos a seguir.

20. Ora, qual seria a razão para a FSB tratar em sua proposta sobre o Turismo Brasileiro, que em nada tem relação com a licitação do Governo de Goiás?

21. O briefing é claro ao tratar das suas áreas de atuação do Governo de Goiás, que englobam habitação, saneamento, mobilidade, planejamento urbano e segurança no trânsito, bem como os principais objetivos das ações, que é melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e assegurar a inclusão social.

1. SITUAÇÃO GERAL

O Governo de Goiás é a autoridade governante do Estado goiano, localizado geograficamente em uma região no centro do País. Goiás abriga 246 municípios registrados; e é dividido em 18 microrregiões, com uma área total de mais de 340 mil quilômetros quadrados. O Governo do Estado de Goiás é responsável por promover políticas públicas e serviços essenciais nas áreas urbanas e rurais do estado.

Suas áreas de atuação englobam habitação, saneamento, mobilidade, planejamento urbano e segurança no trânsito. O objetivo principal dessas ações é melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e assegurar a inclusão social. Uma das principais funções do Estado de Goiás é garantir a segurança da população, por meio de programas e ações estratégicas, como integração das forças policiais. O governo também se empenha para valorizar os profissionais de segurança e usar os serviços de inteligência contra a violência.

O crescimento econômico é outra área de investimento. O Governo do Estado de Goiás tem registrado mais que o dobro do crescimento econômico do Brasil. O PIB goiano avançou 6,1%, segundo previsão do Banco Central, crescimento proporcionado pela segurança pública e um ambiente adequado para negócios e investimentos.

Para que a atuação do Governo de Goiás, que desempenha um papel multifacetado e abrangente na promoção da qualidade de vida, inclusão social, sustentabilidade e desenvolvimento urbano no Brasil, coordenando esforços em níveis estaduais e municipais para alcançar seus objetivos, a estrutura do governo conta com secretarias específicas singulares como a Secretaria de Segurança Pública e Justiça de Goiás, a Secretaria da Casa Militar, a Secretaria de Desenvolvimento Social, a Secretaria Extraordinária para Entorno do Distrito Federal, além de outras pastas, autarquias, fundações e órgãos colegiados e independentes, como o Poder Legislativo e o Poder Judiciário.

Com objetivo de garantir os direitos dos cidadãos goianos, o Governo de Estado de Goiás promove campanhas de educação, informação e prevenção, respeitando as especificidades regionais, econômicas e socioculturais do estado. As ações de comunicação têm como prioridade estimular e orientar a população, conscientizar e mobilizar a coletividade. Órgão-chave integrante da estrutura do Governo do Estado de Goiás, a Secretaria de Comunicação tem o potencial de promover ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual nas impressas local, regional e nacional, bem como a gestão das redes e das mídias sociais.

Além disso, também está entre os desafios da pasta o assessoramento ao Governador do Estado e a coordenação do assessoramento aos Secretários de Estado e seus equivalentes hierárquicos, bem como aos dirigentes superiores de autarquias e fundações, no relacionamento com a imprensa e outros meios de comunicação.

Nesse sentido, os esforços de comunicação se consolidaram como instrumentos de grande importância na divulgação dos interesses coletivos, possibilitando a acessibilidade aos trabalhos desenvolvidos pelo órgão nas diversas regiões do estado, sobretudo as mais remotas, as regiões rurais, assim como as de acesso limitado. É nesse contexto que se insere também a criação de ações voltadas ao estímulo à comunicação direta com o governo, por meio da institucionalização de um novo sistema nas Ouvidorias.

22. Com efeito, a partir da leitura dos quatro parágrafos iniciais do recurso ora respondido, fica evidente tamanho descuido da Recorrente ao tratar de tema diametralmente diverso ao proposto pelo briefing da licitação em questão, sendo possível concluir qual é o padrão de "qualidade" oferecido por ela em seus documentos oficiais, o que reflete, acertadamente, em sua posição na classificação no certame.

23. Ante o exposto, restando demonstrado que as alegações tecidas pela Recorrente são completamente infundadas, a negativa de provimento do recurso é medida que se impõe.

A) QUESITO 1 - SUBQUESITO 1 (RACIOCÍNIO BÁSICO)

24. No que se refere ao Subquestos 1, que diz respeito ao Raciocínio Básico, a SantaFé questiona a pontuação atribuída à FSB, alegando, para tanto, que, em que pese a justificativa dos julgadores no sentido de que os “dados das pesquisas nacionais muito bem abordados” para conferir a nota de 4,5 ao subquesto, a Recorrida *“menciona diversos dados e índices sem citar claramente a fonte dos números”*, trazendo à baila alguns trechos da proposta da FSB na tentativa de sustentar o seu ponto.

25. Tal argumento, contudo, não merece ser acolhido. Isto porque, os números abordados na proposta da Recorrida, questionados pela Recorrente, constam do *briefing* do instrumento convocatório, bem como do site oficial da Secretaria de Segurança Pública de Goiás, o que deveria ser de conhecimento da SantaFé.

26. Ademais, tratam-se de dados públicos, divulgados em inúmeras reportagens na mídia. Somado a isso, os “indicadores da segurança pública” apenas podem ser oficiais do Governo de Goiás.

27. Nesta linha, a Recorrente segue alegando a ausência de referências e citações. Afirma que, *“Ao analisar a performance das redes sociais do sistema de segurança pública de Goiás, a licitante aponta diversas porcentagens, supostamente referentes a indicadores de engajamento, qualificando-os como baixos, sem, no entanto, indicar um parâmetro comparativo que permita ao leitor/julgador avaliar qual seria o índice considerado alto. Além disso, mais uma vez, não cita a fonte dos índices”*.

28. Muito embora a Recorrente pleiteie pela redução dos pontos atribuídos à FSB em razão de pontos ínfimos que não retiram a qualidade da proposta que considera, de forma manifestamente equivocada, como inconsistências, insta esclarecer que os parâmetros apresentados são de conhecimento e decorrem da experiência dos profissionais que trabalham no seguimento de comunicação institucional. Já em relação aos dados e informações a que se refere, ressalta-se que estes podem ser facilmente verificados – e frisa-se: são verídicos.

29. Ainda, alega a SantaFé que, a despeito da conclusão positiva alcançada pela Subcomissão em relação à proposta da FSB, *“o texto não acrescenta informação ou agrega valor algum à proposta que, contraditoriamente, recebeu nota máxima dos julgadores”*. Nesse sentido, destaca, de forma deselegante que *“é obvio que influenciadores digitais estão presentes nos meios digitais, e é de conhecimento público e geral que existem influenciadores digitais tratando dos mais diversos temas”*.

30. Em que pese se tratar de um argumento um tanto quanto vazio e infundado, que não passa de sua mera opinião, é incontroverso o fato de que o item em questão está muito bem explicado. Para que não parem quaisquer dúvidas acerca deste ponto, confira-se o trecho extraído da proposta da FSB:

“Jornalistas, editores e formadores de opinião (on/off) de veículos de alcance local, regional e nacional: profissionais que devem receber mais informações, conhecer os diferenciais e personagens da segurança pública de Goiás. Porta-vozes do estado podem manter contato com esses profissionais que atuam na mídia. Formadores de opinião, sobretudo quem pesquisa o tema da segurança pública, são fontes de análises para os comunicadores e devem ter acesso a dados, análises, boa informação. Os programas de podcasts são nichos novos de segmento da comunicação. Canais como Flow são muito abertos ao perfil do governo do Goiás e sua linha de pensamento. É preciso fazer um trabalho de aproximação e relacionamento com esses canais de comunicação. Já os influenciadores digitais estão muito presentes nos meios digitais com abordagem de diversos temas. O governo de Goiás pode levar sua visão de segurança pública para perfis que tratam de educação, saúde e empreendedorismo”.

31. Superado este ponto, mas ainda sobre o mesmo tema, qual seja, tratamento de dados e índices de supostas pesquisas, a Recorrente insiste no mesmo ponto, afirmando que a Recorrida *“menciona, de forma genérica, pesquisas de opinião, mas não as cita explicitamente.”*

32. Contudo, a relação entre aprovação e desempenho da segurança em Goiás é uma informação de amplo domínio público, já exaustivamente divulgada pela imprensa local e nacional. Com efeito, o que se verifica é o despreparo da Recorrente que deixou de se

aprofundar em pesquisas importantes sobre o órgão licitante para participar da licitação, o que corrobora para a sua falta de êxito no presente certame.

33. Portanto, consoante se verifica, os argumentos apresentados pela SantaFé em seu recurso carecem de substância jurídica, editalícia e até lógica, revelando apenas a sua irresignação e seu intuito única e exclusivamente de conturbar o certame, razão pela qual o recurso ora respondido deve ser o seu provimento negado.

B) QUESITO 1 - SUBQUESITO 2 (ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL)

34. No que concerne ao Subquesito 2, que trata da estratégia de comunicação institucional, a SantaFé, valendo-se de argumentos evidentemente protelatórios e infundados, questiona o julgamento da Subcomissão Técnica e a nota atribuída às duas licitantes, a título de comparação, afirmando que *“a proposta da SantaFé mereceria o mesmo tratamento e, por consequência, a mesma pontuação, o que não ocorreu.”*, porquanto similares.

35. Ocorre, no entanto, que, ao contrário da Recorrente, o conceito criado pela FSB está muito bem explicado na proposta e não tem qualquer relação com o apresentado pela SantaFé, tornando completamente sem sentido o seu pleito. Vejamos o que diz o texto da FSB:

“Trata-se de um sentimento que a população goiana já manifesta ao avaliar as políticas públicas e a atual gestão estadual: é bom viver em Goiás. A economia traz oportunidades. Nas escolas, as crianças estão aprendendo e estão protegidas. E agora a segurança pública proporciona uma qualidade de vida que não existia antes de 2019. Os porta-vozes do governo estadual podem desdobrar essa mensagem central para mostrar os impactos positivos da segurança pública nos diversos segmentos da sociedade: “Estudar em Goiás é muito mais seguro”, “Trabalhar em Goiás é muito mais seguro”, “Investir em Goiás é muito mais seguro”. Cria-se a ideia de que as pessoas podem contar com o governo no dia-a-dia, no trabalho, na educação de seus filhos, morando num lugar tranquilo”.

36. Tratam-se de conceitos e propostas completamente singulares e diferentes uma da outra, de modo que o pleito forçoso da Recorrente não se sustenta. Usufruindo das palavras da Recorrente, *“se a proposta da FSB mereceu do julgador o comentário elogioso”*, este decorreu unicamente do mérito em virtude esforço, qualidade técnica e experiência da Recorrida para a elaboração da proposta.

37. Como se não bastassem os absurdos tecidos pela Recorrente, a SantaFé, ainda, alega, no que se refere às recomendações apresentadas pela FSB, que *“a segurança pública de Goiás não é composta apenas por forças policiais, o que demonstra um equívoco no entendimento das necessidades e do desafio de comunicação.”*.

38. Ao contrário do que tenta forçar crer, o conceito de comunicação apresentado pela FSB é todo ele pensado para o cidadão: *“Viver em Goiás é muito mais seguro”*.

39. Ora, basta simples leitura mais atenta da proposta criticada a fim de se verificar que há, de forma cristalina, toda uma linha proposta para tratar da questão dos feminicídios (página 9). Outrossim, foi pensado nos cidadãos que tiveram soluções para os seus casos (também na página 9). Como se vê, não há que se falar que a proposta da FSB não foi pensada para o cidadão, de modo que não assiste qualquer razão aos argumentos suscitados pela SantaFé.

40. Ato seguinte, a Recorrente afirma que *“A estratégia da licitante que recebeu a melhor nota confunde os pontos centrais da proposta, trocando “o que fazer” por “como fazer” e vice-versa”, tornando a proposta confusa, ao contrário do que preconiza o julgador”*.

41. Com efeito, nos termos de “confundir”, a SantaFé deu mostras de que domina essa prática ao abrir seu recurso contra a FSB com o tema do “Turismo Brasileiro”. Aqui, novamente, nota-se que, evidentemente, a Recorrente visa tão somente a gerar confusão.

42. Na contramão do alegado pela Recorrente, os itens “o que fazer” e “como fazer” estão conectados, porque constam da estratégia a ser implantada, o que foi facilmente identificado pelos julgadores e torna sem qualquer efeito referida alegação.

43. Em sequência, a Recorrente afirma que a FSB *“simplesmente não cita nenhum dos recursos próprios de comunicação do Governo do Estado de Goiás, a partir do que se*

entende que não os utilizará” e, ainda, que “o que se espera das propostas das licitantes nesse capítulo específico é, de fato, uma listagem seletiva dos recursos de comunicação informados no briefing, expectativa que não foi cumprida pela FSB”.

44. Ocorre que, o instrumento convocatório é categórico ao definir que se trata de comunicação institucional, sobretudo de relacionamento com a imprensa. Ora, o uso de canais digitais, por exemplo, está listado nos itens “Que outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional utilizar” e “Que ações, instrumentos ou materiais utilizar”. Logo, sem razão a SantaFé.

45. Ainda no que se refere aos pontos centrais da proposta, quanto aos outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional a utilizar, a Recorrente aponta que *“se o “trabalho integrado” proposto é entre as redes sociais do governo de Goiás e qualquer outra instituição, então as redes sociais do governo de Goiás deveriam estar arroladas nos recursos próprios de comunicação a utilizar (P.10), e não estão no trecho”.*

46. Nota-se que o questionamento da SantaFé é tão confuso quanto o sentido da interposição do recurso que trata de “Turismo Brasileiro”.

47. Com efeito, o texto discorre sobre realizar um trabalho coordenador, considerando-se que as redes sociais fazem parte de outro contrato de prestação de serviços. Sublinha-se, neste ponto, que a agência de comunicação institucional não possui ingerência nos canais digitais do governo de Goiás.

48. Faz-se mister salientar que ao fazer tal alegação, como fundamento para perseguir a redução dos pontos atribuídos à FSB, a Recorrente revela tamanha ausência de conhecimento técnico sobre o seguimento, evidenciando o seu despreparo em atender com qualidade o Governo de Goiás, por intermédio da SECOM.

49. Na mesma linha, corroborando com o acima alegado, deixando ainda mais claro o desconhecimento técnico da Recorrente, aduz que a FSB, no ponto central da estratégia, comete falha ao *“se limita[r] a mencionar “produtos e serviços previstos no edital”, arrolando algumas categorias genéricas desses produtos e serviços”.*

50. Contudo, não se trata de uma falha, de modo que não há que se cogitar na redução de pontos da Recorrida. Trata-se, em verdade, de uma questão lógica e legal, ao passo

que a agência de comunicação institucional só pode executar produtos e serviços previstos no edital. Outrossim, ainda que assim não o fosse, a descrição de produtos e serviços está na Solução de Comunicação.

51. Não obstante, a SantaFé aponta que *“Embora o edital seja bastante claro quanto aos públicos prioritários, a licitante que mereceu a maior nota da comissão julgadora menciona efeitos e resultados esperados para apenas dois segmentos de público, esquecendo-se ou omitindo completamente a sociedade, fim último de qualquer política ou ação do estado. E que, vale registrar, está citada no briefing como o primeiro subitem do item 4 (p.4), PÚBLICOS-ALVO.”*.

52. Referido apontamento beira à desonestidade por parte da SantaFé. Isto porque, em sentido diametralmente oposto do alegado pela Recorrente, o segmento chamado de “sociedade” ou de “população” permeia toda a proposta.

53. O efeito é o maior conhecimento local e nacional do que foi feito desde 2019 na área de segurança em Goiás. A fim de que não parem quaisquer dúvidas, veja-se trecho da página 4 da proposta da FSB, que demonstra exatamente o contrário do alegado pela Recorrente:

“População em geral: o governo de Goiás tem avançado na promoção e garantia da segurança pública como uma alavanca de crescimento e desenvolvimento. A população goiana percebe a melhora e o papel da gestão estadual. O passo seguinte é estabelecer uma comunicação que aprofunde a ideia da ‘qualidade de vida’ de forma ampla: um estado mais seguro é melhor para se trabalhar, estudar, e também para investir. Em âmbito nacional, o desafio é agendar os elementos que garantiram mais segurança em Goiás, os diferenciais do estado para o enfrentamento de uma crise nacional de segurança pública - assim como tem sido feito na área de educação. É preciso mostrar o que determina a eficiência do trabalho policial (mais tecnologia, inteligência e integração das forças, os diferenciais do estado) e desfazer a mensagem de que o êxito no combate à criminalidade se deve apenas ao uso da força”.

54. Ainda na página 4, confira-se:

“Organização da sociedade civil: são fontes recorrentes da mídia para fornecer dados e análises, como o Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Analisam e interpretam as informações primárias (estatísticas, por exemplo) para veículos de comunicação e seus profissionais e podem conhecer mais e melhor as tecnologias e o trabalho de integração das forças de segurança goianas”.

55. Por sua vez, na página 11:

“Quais públicos: população em geral; mídia local; mídia regional; mídia nacional; jornalistas; editores e formadores de opinião de veículos de alcance local, regional e nacional; programas de podcasts; influenciadores; organizações da sociedade civil; governo federal; Congresso Nacional; e governos estaduais e suas polícias”.

56. Portanto, como se vê, uma vez demonstrado, de forma incontestada, que os argumentos apresentados pela SantaFé não possuem qualquer substância lógica, jurídica ou editalícia, completamente desconexos da realidade, faz-se necessária a negativa de provimento ao recurso ora respondido.

C) QUESITO 1 - SUBQUESITO 3 (SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL)

57. Quanto ao Subquesito 3, referente à Solução de Comunicação Institucional, a Recorrente critica a proposta da FSB, apontando supostas falhas ao afirmar que *“Causa bastante estranhamento uma entrevista coletiva, ainda que virtual/digital, estar direcionada a segmentos de público como organizações da sociedade civil, governo federal, Congresso Nacional, governos estaduais e suas polícias, Judiciário e Ministério Público, uma vez que entrevistas coletivas, mesmo em ambientes digitais, são voltadas à imprensa e a jornalistas que não podem, por qualquer motivo, estar fisicamente presentes em determinado local”.*

58. Contudo, assim como em todo o alegado em seu recurso, não lhe assiste qualquer razão. Como ressaltado no texto, hoje os governos transmitem suas entrevistas coletivas, eventos e pronunciamentos. Não correspondem mais a situações exclusivas para jornalistas, de modo que se trata de uma das formas de se alcançar públicos diversos e em maior quantidade. Na página 13, o texto da FSB é claríssimo:

“Vamos falar sobre Goiás Digital (entrevistas coletivas em ambiente digital): após a pandemia de covid-19, tornaram-se frequentes as entrevistas por meio de plataformas on-line. É um meio para os porta-vozes de Goiás interagirem com jornalistas de outros estados, nacionais e internacionais. O trabalho engloba o levantamento de nomes de influenciadores, definição de um moderador para a entrevista e preparação de porta-vozes com lista de possíveis perguntas sobre as mensagens da segurança pública no estado. Estão previstas duas coletivas nas quais os porta-vozes vão tratar do modelo goiano de segurança e do trabalho para reduzir drasticamente a violência contra as mulheres. Dinâmica: organização e realização de entrevista coletiva em meios digitais. Finalidade: aumentar o alcance da mensagem do governo goiano e aproximar os porta-vozes e jornalistas. Público: jornalistas, imprensa; sociedade em geral; organizações da sociedade civil; governo federal; Congresso Nacional; governos estaduais e suas polícias; Judiciário e Ministério Público. Função tática: levar informações e análises a um número maior de profissionais por meios digitais”.

59. Desta forma, não há que se cogitar no acolhimento do pleito da Recorrente para minorar os pontos atribuídos à FSB neste Subquesito, ao passo que os argumentos por ela suscitados não condizem com a realidade fática ou técnica. Portanto, o improvimento do recurso é medida que se impõe.

D) QUESITO 1 - SUBQUESITO 4 (PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO)

60. Finalmente, sobre o Subquesito 4, que trata do Plano de Implementação, a SantaFé pugna, novamente, pela redução da pontuação concedida à FSB, apontando, para tanto, que *“O orçamento não considera itens que obrigatoriamente fariam parte do conjunto de serviços essenciais prestados durante o período, tais como Avaliação da percepção de imagem (1.1.1); Mapa de influenciadores (1.1.2); Atendimento para desenvolvimento de ações de comunicação (1.2.1); Atendimento de demandas da contratante (item 1.2.2); Análise de meios de comunicação nacional (1.4.1)”.*

61. No entanto, a Recorrente se equivoca. Ora, inconteste o fato de que a proposta da FSB é coerente, bem estruturada e plenamente exequível, de modo que as ações e os serviços estão previstos de forma adequada, dentro de limites de orçamento impostos pelo edital.

62. Ademais, muito embora a SantaFé aduza que a FSB *“Subestima a complexidade de eventuais gerenciamentos de crise na área da segurança pública, incluindo em seu orçamento nada mais do que um único fluxograma de processo para atuação em crise (item 1.6.2), como se a peça fosse suficiente”*, a proposta foi orientada pela busca de eficiência da comunicação, dentro das limitações de orçamento.

63. Em virtude de todo o exposto, requer-se que o recurso ora respondido tenha o seu provimento negado.

IV. PEDIDOS

64. Diante de todo o exposto, a FSB requer:

- a. O recebimento da presente impugnação, eis que tempestiva;
- b. Seja acolhida a presente impugnação, negando provimento ao recurso interposto pela licitante SantaFé Ideias, em razão dos argumentos delineados no decorrer da presente peça.

Nestes termos,
pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 19 de dezembro de 2024.

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA

Márcio Reis Louseiro
Procurador

Contrarrazões - Proposta Técnica - SECOM-GO - FSB.pdf

Documento número #51f0ee85-06a0-4b7e-b708-9d73809c13ed

Hash do documento original (SHA256): d0cbb8587ecbd17856225ec2917624080150900cbd4c46fb98182d71b37dab18

Assinaturas



Márcio Reis Louseiro

CPF: 040.064.061-93

Assinou como procurador em 19 dez 2024 às 15:54:02

Log

- 19 dez 2024, 15:49:53 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 criou este documento número 51f0ee85-06a0-4b7e-b708-9d73809c13ed. Data limite para assinatura do documento: 18 de janeiro de 2025 (15:49). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 19 dez 2024, 15:50:50 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 alterou o processo de assinatura. Data limite para assinatura do documento: 20 de janeiro de 2025 (11:40).
- 19 dez 2024, 15:50:50 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 adicionou à Lista de Assinatura: marcio.louseiro@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 Márcio Reis Louseiro e CPF 040.064.061-93.
- 19 dez 2024, 15:54:02 Márcio Reis Louseiro assinou como procurador. Pontos de autenticação: Token via E-mail marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br. CPF informado: 040.064.061-93. IP: 201.45.202.178. Localização compartilhada pelo dispositivo eletrônico: latitude -15.7922334 e longitude -47.8943088. URL para abrir a localização no mapa: <https://app.clicksign.com/location>. Componente de assinatura versão 1.1084.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 19 dez 2024, 15:54:02 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 51f0ee85-06a0-4b7e-b708-9d73809c13ed.



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 51f0ee85-06a0-4b7e-b708-9d73809c13ed, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.