

**DD. COMISSÃO PERMANENTE DE CONTRATAÇÃO DA PREFEITURA
MUNICIPAL DE ORLÂNDIA**

EXMO. SR. PREFEITO DO MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA

Concorrência Pública nº 01/2025

Processo Administrativo nº 172/2025

= CONTRARRAZÕES DE RECURSO =

VERSÃO BR COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, inscrita no CNPJ/MF sob nº 04.491.116/0001-21, com sede na Rua Paschoal Bardaro nº 1075, Ed. Le Monde Empresarial, 9º andar, Jardim Botânico, Ribeirão Preto/SP, via de seu sócio Gustavo Henrique Teixeira de Castro, com fulcro no próprio edital, vem apresentar **CONTRARRAZÕES** ao recurso interposto por Linking Publicidade e Propaganda LTDA, o que faz pelos motivos fáticos e legais que seguem.

Inicialmente, cumpre registrar que as propostas apresentadas no âmbito desta Concorrência Presencial nº 01/2025 foram analisadas pela Subcomissão Técnica com elevado grau de clareza, profundidade e rigor técnico, em estrita observância ao Edital e à legislação aplicável. O julgamento das Propostas Técnicas evidenciou equilíbrio, objetividade e fiel respeito aos critérios previamente estabelecidos para avaliação do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade Técnica (Invólucro nº 3), assegurando tratamento isonômico a todos os licitantes.

Nesse contexto, o recurso interposto pela agência Linking Publicidade e Propaganda Ltda (recorrente) contra a proposta desta Versão BR (recorrida) revela-se como tentativa de alterar o resultado do certame por meio de questionamentos frágeis, dissociados da realidade do



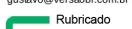
Versão Br > Comunicação e Marketing

Le Monde Empresarial
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar
Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP

versaobr@versaobr.com.br

gustavo@versaobr.com.br

Rubricado



G. H. T. d. C.



processo licitatório e, sobretudo, incompatíveis com a natureza técnica do julgamento realizado. Em essência, trata-se de inconformismo com a classificação final, travestido de alegações que buscam desconstituir avaliação técnica regularmente conduzida.

Observa-se nada mais que indevida pretensão da recorrente em substituir o órgão julgador, atribuindo a si própria o papel de avaliador técnico, ao pleitear redução de pontuação ou até mesmo a desclassificação de concorrente com base em juízos subjetivos e preferências criativas pessoais, o que não deve prosperar.

Passa-se à impugnação.

I. DA SUPOSTA INCOERÊNCIA NA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA VERSÃO BR

Antes de adentrar especificamente no argumento recursal, registre-se que diversas fragilidades e incoerências poderiam ser apontadas na própria proposta apresentada pela recorrente, tais como:

- um raciocínio básico excessivamente aderente ao texto literal do edital, sem desenvolvimento estratégico autônomo ou aprofundamento conceitual;
- a adoção do conceito “Manda pro Ecoponto”, que, conforme inclusive observado por avaliadores técnicos, pode gerar interpretação ambígua ao sugerir transferência de responsabilidades a terceiros.

Frise-se que a Versão BR optou por respeitar integralmente o julgamento técnico realizado, abstendo-se de questionar a pontuação atribuída às demais concorrentes, justamente por reconhecer a competência, imparcialidade e legitimidade da Subcomissão Técnica.

Feitas tais premissas, nota-se que o argumento central da recorrente consiste na alegação de que a estratégia de comunicação da Versão BR seria “incoerente” por mencionar, em peças específicas, o número telefônico do serviço de cata-entulho, e não exclusivamente o Ecoponto. Tal **assertiva é manifestamente equivocada e decorre de interpretação restritiva e dissociada do escopo global da campanha.** A saber.

A proposta da Versão BR reconhece expressamente que o atendimento telefônico possui limitações operacionais e de alcance,



estruturando, contudo, uma **estratégia de transição pedagógica** entre o modelo de coleta agendada e a utilização do Ecoponto. O desafio assumido é justamente o de orientar e educar a população de forma clara, gradual e acessível. Nesse contexto, a menção ao telefone do serviço de cata-entulho em peças como o spot para carro de som e o folheto tem caráter complementar, voltado à ampliação da cobertura informativa da campanha.

Ressalte-se que no próprio folheto também é indicado o telefone da Secretaria de Infraestrutura, sempre como informação acessória, considerando que o serviço de coleta de entulho integra um conjunto mais amplo de serviços públicos disponibilizados pelo Município, dentre os quais se insere o Ecoponto.

O conceito central da campanha - “Descarta Certo” - evidencia que o **objetivo é orientar a correta destinação dos resíduos**, seja por meio do Ecoponto, seja por meio da coleta programada. Não há contradição entre as mensagens, mas sim **ampliação do alcance informativo**, em consonância com a realidade dos serviços públicos existentes.

Nota-se, ademais, confusão conceitual por parte da recorrente quanto ao papel da agência de publicidade em contraposição às atribuições da Administração Pública. A referência à “modernização da gestão de resíduos” como se fosse promessa da agência demonstra desconhecimento quanto à natureza da campanha, cujo propósito é comunicar, informar e orientar a população sobre serviços públicos, e não implementar ou alterar estruturalmente a política pública em si.

A alegação de que a Versão BR teria utilizado “verba de mídia para massificar o número de telefone antigo” igualmente não procede. Primeiramente, o número mencionado não é antigo, o que evidencia ausência de pesquisa adequada por parte da recorrente. Em segundo lugar, o telefone aparece pontualmente em apenas três peças e, em nenhuma delas, figura como mensagem principal da campanha. Logo, não há se falar em “massificação”. Vide o destaque da desarrazoada alegação:

O Impacto do Erro: A estratégia é incoerente. Ela promete modernizar a gestão de resíduos substituindo o telefone pelo Ecoponto, mas utiliza a verba de mídia para massificar o número de telefone antigo, sobrecregendo o serviço que ela mesma diagnosticou como limitado. Isso não é apenas um “erro de peça”, é um erro de Estratégia de Comunicação. A campanha joga contra o objetivo do briefing.

Página 2 – recurso Linking



Assim, resta evidente que a recorrente se vale de argumentos imprecisos e descontextualizados, com o único intuito de tumultuar o processo e tentar, artificialmente, beneficiar-se no certame.

II. DA ABSOLUTA INEXISTÊNCIA DE VIOLAÇÃO À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

A alegação formulada pela recorrente no sentido de que a proposta da Versão BR violaria a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) revela-se **inteiramente desprovida de base fática e jurídica**, assentando-se em presunções genéricas e conclusões hipotéticas, incompatíveis com o controle administrativo de legalidade.

A proposta técnica apresentada pela Versão BR **não contempla**, em momento algum, a aquisição, comercialização, compartilhamento ilícito ou utilização irregular de bases de dados pessoais. Ao contrário, limita-se a indicar, no plano estratégico, a possibilidade de utilização de ferramenta amplamente difundida na comunicação institucional contemporânea, o WhatsApp, como meio de veiculação de mensagens de utilidade pública, prática corriqueira e legitimamente adotada por entes públicos nas esferas municipal, estadual e federal.

A simples menção à realização de disparos de mensagens por meio de empresa especializada não autoriza, por si só, a conclusão de ilegalidade, tampouco permite presumir a inexistência de base legal para o tratamento de dados. Trata-se de inferência indevida, que ignora por completo a distinção essencial entre planejamento estratégico publicitário (objeto da presente licitação) e execução contratual futura, esta última necessariamente subordinada à legislação vigente, à fiscalização da Administração e às cláusulas contratuais específicas.

Ressalte-se que a LGPD prevê diversas bases legais aptas a legitimar o tratamento de dados pessoais, especialmente no âmbito da Administração Pública, destacando-se, entre outras, o cumprimento de obrigação legal ou regulatória, bem como a execução de políticas públicas previstas em lei ou regulamento. A comunicação institucional voltada à orientação da população acerca de serviços públicos enquadra-se, de forma inequívoca, nesse contexto.



Além disso, a proposta da Versão BR faz referência à utilização da **ZapMedia**, veículo digital amplamente reconhecido e atuante no mercado de comunicação institucional, inclusive em campanhas de entes públicos, com operações estruturadas, rastreáveis e compatíveis com as exigências legais. Não há qualquer elemento concreto nos autos que indique utilização de “mailing frio”, comercialização de dados ou tratamento irregular de informações pessoais.

A pretensão da recorrente, portanto, baseia-se em suposição abstrata de ilegalidade futura, o que é manifestamente inadmissível no âmbito do julgamento de propostas técnicas. A Administração Pública não pode desclassificar proposta ou reduzir pontuação com base em conjecturas, sob pena de violação aos princípios da presunção de legitimidade dos atos administrativos, da segurança jurídica, da razoabilidade e da objetividade do julgamento.

Cumpre destacar, ainda, a evidente contradição do argumento recursal, na medida em que a própria proposta da recorrente menciona, de forma genérica e sem qualquer detalhamento técnico ou jurídico, o uso de disparos de WhatsApp, SMS e ligações telefônicas “em massa”, sem indicação de plataforma, critérios de segmentação, volume de envios ou demonstração de conformidade com a LGPD e, ainda, todas com custo “zero”, reforçando a impropriedade da proposta da recorrente. Tal circunstância fragiliza sobremaneira a acusação dirigida à Versão BR, evidenciando seletividade argumentativa e ausência de coerência. Vide o destaque da proposta da recorrente:

se comparadas a outras mídias.
Outros
Para reforçar a mensagem da campanha também faremos disparos em massa de SMS, WhatsApp, disparo de ligação e posts nas redes sociais e em grupos WhatsApp do Jornal Nova Cidade.
Não Midia

Página 8 – Plano de Comunicação Linking

Em síntese, inexiste qualquer violação à LGPD na proposta apresentada pela Versão BR. O que se verifica é tentativa da recorrente de antecipar e presumir ilegalidades inexistentes, utilizando-se de argumento genérico e especulativo, absolutamente insuficiente para desconstituir julgamento técnico regularmente realizado.



Versão Br > Comunicação e Marketing

Le Monde Empresarial

Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar

Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP

versaobr@versaobr.com.br  

gustavo@versaobr.com.br

Rubricado

 D4Sign

G. H. T. d. C.

III. DA TENTATIVA DE REVISÃO SUBJETIVA DO MÉRITO TÉCNICO

O recurso interposto pela agência Linking **não apresenta** qualquer elemento técnico ou jurídico apto a infirmar o julgamento regularmente realizado, limitando-se à reiteração de inconformismo subjetivo com o resultado do certame.

As alegações deduzidas **carecem de objetividade, demonstração concreta de vício e nexo causal entre o suposto erro apontado e a pontuação atribuída**, requisitos indispensáveis para a revisão de julgamento técnico em licitação regida pelas Leis nº 12.232/2010 e 14.133/2021. Em nenhum momento a recorrente comprova violação direta ao edital, erro material, desvio de critério ou afronta à legalidade.

O que se observa, na realidade, é a tentativa de **revaloração do mérito técnico da proposta vencedora**, substituindo-se o juízo especializado da Subcomissão Técnica por interpretações pessoais e “preferências criativas” da licitante recorrente. Tal pretensão é juridicamente inadmissível, pois afronta a própria lógica do modelo legal de contratação de serviços de publicidade, que confere discriçãonariade técnica qualificada aos avaliadores designados, exatamente para evitar esse tipo de ingerência subjetiva.

Cumpre destacar que o julgamento das Propostas Técnicas foi realizado:

- ✓ por Subcomissão regularmente constituída;
- ✓ com profissionais habilitados e experientes na área de comunicação;
- ✓ mediante critérios previamente definidos no edital;
- ✓ com motivação expressa e atribuição de pontuação individualizada.

Esse conjunto de circunstâncias atrai a presunção de legitimidade, veracidade e legalidade do ato administrativo, presunção essa que não foi minimamente afastada pela recorrente. Não basta discordar da nota: é indispensável demonstrar erro técnico grave, o que manifestamente não ocorreu.

O recurso tampouco aponta qualquer violação aos princípios da isonomia, da objetividade do julgamento ou da vinculação ao instrumento convocatório. Ao contrário, busca reinterpretar o conteúdo da proposta da Versão BR sob ótica restritiva e descontextualizada, desconsiderando o plano como um todo e ignorando a coerência sistêmica da estratégia avaliada.



Ressalte-se, ainda, que admitir a pretensão recursal significaria abrir perigoso precedente administrativo, no sentido de que todo licitante vencido poderia tentar reverter o resultado simplesmente reapresentando sua própria leitura criativa da campanha concorrente, esvaziando o papel da Subcomissão Técnica e comprometendo a estabilidade e a segurança jurídica dos certames dessa natureza.

Dessa forma, o recurso interposto **não se sustenta** nem sob o prisma legal, nem sob o aspecto técnico, tampouco sob a ótica procedural. Trata-se de insurgência destituída de mérito, fundada em suposições, interpretações subjetivas e tentativa de reabertura indevida de fase já superada do certame.

Por todo o exposto, impõe-se o indeferimento integral do recurso ora guerreado.

IV. DOS REQUERIMENTOS

Por todo o exposto, e pelo mais que certamente pode ser complementado por esta DD. Comissão, respeitosamente requer-se:

- a) O conhecimento desta impugnação, eis que feita a tempo e a modo;
- b) O **não provimento** do recurso administrativo interposto pela Linking Publicidade e Propaganda Ltda.;
- c) A manutenção da pontuação técnica atribuída à Versão BR, em todos os quesitos, com a consequente preservação do resultado do julgamento, por estar em absoluta consonância com o Edital, a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021.

Nestes termos,

Pede Provimento.

gustavo@versaobr.com.br

 Rubricado

 D4Sign

G. H. T. d. C.



Versão Br > Comunicação e Marketing

Le Monde Empresarial

Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar

Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP

versaobr@versaobr.com.br versaobr.com.br

Aos 23 de dezembro de 2025.

gustavo@versaobr.com.br

Assinado
 
D4Sign

Versão Br Comunicação e Marketing LTDA

Gustavo Henrique Teixeira de Castro



Versão Br > Comunicação e Marketing

Le Monde Empresarial
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar
Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP
versaobr@versaobr.com.br   versaobr.com.br

Contrarrazões Orlândia 002 docx

Código do documento 59abb50a-9cba-4bbe-8c79-ec2ac515cc32



Assinaturas



Gustavo Henrique Teixeira de Castro
gustavo@versaobr.com.br
Assinou



Eventos do documento

23 Dec 2025, 18:57:53

Documento 59abb50a-9cba-4bbe-8c79-ec2ac515cc32 **criado** por GUSTAVO HENRIQUE TEIXEIRA DE CASTRO (552b7854-4e81-4761-93d8-eec4ede570ef). Email:gustavo@versaobr.com.br. - DATE_ATOM: 2025-12-23T18:57:53-03:00

23 Dec 2025, 19:02:30

Assinaturas **iniciadas** por GUSTAVO HENRIQUE TEIXEIRA DE CASTRO (552b7854-4e81-4761-93d8-eec4ede570ef). Email: gustavo@versaobr.com.br. - DATE_ATOM: 2025-12-23T19:02:30-03:00

23 Dec 2025, 19:02:43

GUSTAVO HENRIQUE TEIXEIRA DE CASTRO **Assinou** (552b7854-4e81-4761-93d8-eec4ede570ef) - Email: gustavo@versaobr.com.br - IP: 177.74.188.187 (177-74-188-187.alcanstelecom.com.br porta: 13568) - **Geolocalização: -21.1923993 -47.7939842** - Documento de identificação informado: 832.704.427-34 - DATE_ATOM: 2025-12-23T19:02:43-03:00

Hash do documento original

(SHA256):cf8f2816d20c5a40a69bb636439614c98080696637a3c594bb9039f61206e788
(SHA512):0d852344161f5562b32a167499f6f7bfbdb6c4bc2564783d3ea1f7eb2d20f6214be3be63761543c55e525688ca921acf12c9eff5dca391fff4493ea2c36dea9a

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima



Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign
Integridade certificada no padrão ICP-BRASIL

Assinaturas eletrônicas e físicas têm igual validade legal, conforme **MP 2.200-2/2001** e **Lei 14.063/2020**.