

ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PREGOEIRO(A) DO CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO DISTRITO FEDERAL

Referência: Edital do Pregão Eletrônico nº 90003/24

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO - ABRACOM, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 05.211.047/0001-18, com endereço em Rua dos Pinheiros, nº 498, Pinheiros, CEP: 05.422-902 São Paulo - SP, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no art. 164, *caput*, da Lei 14.133/21, bem como no item 10.1. do Edital, apresentar **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE LICITAÇÃO** pelas razões de fato e direito abaixo tracejadas:

1. BREVE SÍNTESE FÁTICA

1. O Conselho Regional de Medicina do Distrito Federal - CRM-DF publicou o Edital do Pregão Eletrônico nº 90003/24, com critério de julgamento "*menor preço*", modo de disputa "aberto e fechado", visando à contratação de empresa para "*prestação de serviço de produção de conteúdo, gerenciamento, monitoramento, análise e planejamento de estratégia de comunicação em redes sociais para atender as necessidades do CRM-DF (...)*". (cf. item 1.1. do Edital).

2. Ocorre, no entanto, que a modalidade adotada para a contratação de tais serviços é completamente inadequada e **ilegal**, porquanto está na contramão do que dispõe a legislação vigente sobre o tema (vide o que dispõem o § único do art. 29 da Lei 14.133/21, os arts. 5º, 20-A e 20-B da 12.232/10 e art. 2º da Lei nº 14.356/22), restando o Edital publicado pelo CRM-DF eivado de vícios insanáveis, impondo-se, por consequência, sua **anulação**.

¹ Considerando-se que a data para a abertura da sessão pública restou designada para o dia 24.05.2024, o prazo de até três dias úteis para apresentar impugnação ao Edital em questão, nos termos do disposto no item 10.1. do Edital, bem como do art. 164, *caput*, da Lei 14.133/21, encerra-se no dia 21.05.2024. Afigura-se, portanto, plenamente tempestiva a presente impugnação, eis que submetida nesta data.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

2. SOBRE A ABRACOM

3. A Associação Brasileira das Agências de Comunicação - Abracom² é a entidade representativa das empresas que prestam serviço de gestão de relacionamentos estratégicos de comunicação corporativa/institucional, assessoria de imprensa e relações públicas. Portanto, é parte plenamente legítima para impugnar, perante este Pregoeiro, o edital em comento, no interesse de suas associadas e com vistas à defesa do interesse público envolvido no caso vertente.

3. CONTEXTO HISTÓRICO DA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

CONTEXTO HISTÓRICO

A Publicidade, a Comunicação Institucional/Corporativa e a Comunicação Digital

ANTES DE 2006

Até o ano de 2006, o órgão licitante que desejava contratar quaisquer serviços de comunicação, realizava um único processo licitatório para contratar serviços de publicidade e propaganda e esse contrato servia como "guarda-chuva" para todas as demais contratações, seja de comunicação institucional, digital ou marketing.

Em 2006, foi publicado o Acórdão 2062/2006 - TCU, que deixou claro que a agência de publicidade não pode ser utilizada de maneira inadequada para intermediar a contratação de serviços sob os quais não tem ingerência, motivo pelo qual cada serviço de comunicação passou a ter seu próprio contrato.

A PARTIR DE 2006

² <https://abracom.org.br/>

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040



4. ILEGALIDADE DA UTILIZAÇÃO DO PREGÃO PARA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO. FRONTAL VIOLAÇÃO AOS ARTS. 5º, 20-A E 20-B, LEI 12.232/10; SÚNICO, ART. 29, LEI 14.133/21; E ART. 2º LEI 14.356/22.

4. O CRM-DF pretende contratar os serviços de comunicação utilizando-se do Pregão como modalidade de licitação. Contudo, consoante é possível se observar do contexto histórico descrito acima, tal ato é manifestamente ilegal.

5. Isso porque, a despeito do entendimento exarado pelo TCU, em 2017, no sentido de haver possibilidade de contratação de alguns desses serviços por meio do Pregão em virtude da ausência de justificativa técnica para o não parcelamento do objeto, tal entendimento **não é mais aplicável** desde o advento da Lei nº 14.356/22, que acresceu, à Lei nº 12.232/10, os artigos 20-A³ e 20-B⁴, dispondo que os serviços de comunicação, seja institucional ou digital, **também devem ser contratados observando-se, obrigatoriamente, os critérios de julgamento de “melhor técnica” ou “técnica e preço”, à semelhança do que ocorre na publicidade.**

6. Ou seja, note-se que muito embora os serviços que ora se almeja contratar não sejam especificamente de publicidade, o advento da Lei 14.356/22 deixou claro que, no que tange à comunicação, a contratação não pode mais ser realizada via Pregão, especialmente em virtude da natureza predominantemente **intelectual, intangível e indivisível** do referido objeto. Inclusive, essa alteração legislativa foi fruto de amplas discussões e esforços envidados por todo o segmento de comunicação, em razão das impropriedades técnicas anteriormente cometidas.

7. A preocupação em estabelecer tais definições é voltada diretamente ao interesse público, com a intuito de evitar qualquer desperdício aos cofres públicos advindos de contratações pautadas somente no preço, em que existe a possibilidade de execução contratual sem o resultado e eficiência esperados.

8. Além disso, a Nova Lei de Licitações, nº 14.133/21, dispõe, no § único de seu art. 29, que o Pregão *“não se aplica às contratações de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual e de obras e serviços de engenharia [...]”*, o que é o caso dos serviços

³ **Art. 20-A.** A contratação de serviços de **comunicação institucional**, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, **deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.**

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao **planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais** e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e **produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.**

⁴ **Art. 20-B.** Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos:

I - **relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa;** e

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

de comunicação. Afinal, essa modalidade de licitação é destinada à contratação daqueles objetos que possuem padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo edital, são os chamados bens e serviços comuns.

9. No caso da comunicação, por sua vez, é impossível antever os padrões de desempenho de qualidade de forma objetiva no instrumento convocatório. É o que se depreende da Instrução Normativa nº 1/2023 da SECOM, publicada em 19 de junho de 2023, que dispõe, no parágrafo 2º do seu art. 1º, que, devido às suas peculiaridades, as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital **“são de natureza intelectual, intangível e indivisível”**. Tal entendimento, inclusive, foi materializado no art. 20-A da Lei 12.232/2010.

10. Afinal, as ações de comunicação, seja no que diz respeito a uma campanha publicitária, às relações públicas, à assessoria de imprensa ou à comunicação digital, assim como em relação a outras disciplinas correlatas, dependem de um *briefing* que contempla circunstâncias de momento e a demanda é feita de acordo com as peculiaridades do problema a ser enfrentado.

11. Nesse sentido, cabe à futura contratada, no momento da demanda e a partir das ferramentas que estão à sua disposição, definir a melhor estratégia e apresentar ao gestor do contrato uma proposta técnica para solucionar o problema de comunicação exposto no *briefing*.

12. Ora, no caso sob análise, é possível verificar, a partir da simples leitura das atividades descritas no objeto do Pregão em questão, no Estudo Técnico Preliminar, que se tratam de serviços cujas descrições se encaixam como uma luva na definição dos serviços de comunicação institucional e comunicação digital, insculpidas, respectivamente, nos arts. 20-A, §1º e 20-B, incisos I e II da Lei 12.232/2010. Veja-se:

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

1- Os serviços a serem prestados compreendem:

1.1 Produção e gestão de conteúdo em mídias sociais;

1.2 Criação de artes, cards, notas, gifs, produção e edição de vídeos para alimentação das mídias sociais. Alguns vídeos serão enviados pela assessoria de Comunicação do CRM-DF e outros produzidos pela própria empresa. **Edição e produção de publicações impressas e digitais, como newsletter e boletim informativo; consultoria de risco à imagem, planejamento e gerenciamento de crises, reuniões de trabalho; elaboração produção e execução de pautas, redação, edição e revisão de textos; correção ortográfica e gramatical de textos.** Todos esses materiais deverão ser previamente aprovados pelo CRM-DF).

1.3 Gerenciamento e monitoramento diário dos perfis do CRM-DF e das informações relacionadas ao órgão nas redes: Google, Instagram, Facebook, Youtube, Twiter e Tiktok. O monitoramento de mídias sociais na internet deverá conter a evolução da imagem deste Conselho, indicação dos assuntos mais relevantes abordados pelos usuários, classificação dos registros (positivos, negativos ou neutros), **identificação das principais fontes influenciadoras e sugestões para aprimoramento da comunicação deste CRM-DF, identificação de públicos, formadores de opinião e discursos adotados, bem como da origem das postagens e avaliação da influência dos públicos, dos padrões das mensagens e de eventuais ações organizadas na web.**

1.4 Operação de mídias digitais, impulsionamento e gestão e análise de campanhas no Facebook Adwords.

1.5 Postagem de até 3 (três) publicações diárias em cada mídia, considerando-se replicação ou publicação independente, acumuláveis (caso não realize as três publicações diárias, os créditos de publicações disponíveis se acumularão para ser utilizado até o final de cada mês sem que haja pagamentos aditivos por parte do Contratante quando da utilização desses créditos);

1.6 Serviço de atendimento ao usuário. Apresentar respostas às publicações, solicitações de outros usuários das mídias sociais que digam respeito aos interesses do Contratante. As respostas deverão seguir estritamente os protocolos a serem estabelecidos pelo CRM-DF;

1.7 Encaminhar cópias de publicações de outros usuários das mídias sociais que sejam de interesse do Contratante, conforme os protocolos a serem estabelecidos pelo CRM-DF;

1.8 Geração de alertas imediatos sobre temas com grande potencial de repercussão, com sugestão de providências a serem tomadas no âmbito das redes sociais. Os alertas podem ser feitos via e-mail e/ou telefone e direcionados à assessoria de comunicação social do CRM-DF.

1.9 O monitoramento deverá ocorrer 24 horas por 7 dias na semana.

1.10 Planejamento de Estratégias de Comunicação em Rede: A empresa deverá propor a melhor forma de utilização dos meios e ferramentas presentes nas redes sociais através de um plano de ação. Neste deverá conter o planejamento para ações em mídias sociais na internet com os seguintes véis:

- validação de objetivos e posicionamento de comunicação e formulação de estratégias de comunicação;
- formulação de estratégias de comunicação voltadas para a difusão de assuntos deste Conselho junto às redes sociais; e
- apresentação de soluções para assuntos da imagem do CRM-DF que forem demandados.

1.11 Impulsionamento de Posts específicos, a serem definidos pela Contratante, **no Instagram e Facebook,** com valor de R\$ 3.000,00 (dois mil reais) por mês. Na proposta a ser apresentada deverá conter o valor de R\$ 3.000,00 (dois mil reais) para impulsionamento de posts.

1.11.1 O pagamento a que se refere este item, será feito mediante comprovação do gasto de até o valor citado acima. Em caso de não utilização integral do valor, serão pagos à CONTRATADA os valores comprovadamente gastos no impulsionamento;

1.11.2 Os cards a serem impulsionados serão definidos em conjunto com a Assessoria de Comunicação do CRM-DF, não tendo a CONTRATADA autonomia para impulsionar sem prévia autorização do CONTRATANTE.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília – DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo – SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 – 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-040

13. Portanto, uma vez se tratando de serviços essenciais de comunicação, cuja natureza é predominantemente intelectual, intangível e indivisível, deve seguir os modelos de contratação cujos critérios são os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, o que não ocorreu no caso em comento, evidenciando-se a ilegalidade do pregão ora impugnado.

14. É possível perceber tamanho desconhecimento não apenas dos serviços que o CRM-DF almeja contratar, mas também da própria Lei que, após sua publicação, **adotar uma modalidade de licitação que envolva o tipo “menor preço” para contratação dos serviços de comunicação se tornou manifestamente ilegal**, devendo o órgão observar a aplicação da Lei ao caso concreto.

15. Assim, por todos os ângulos, cristalino é o fato de que o edital ora impugnado está manifestamente contrário ao previsto na legislação e, mais precisamente, viola os termos das Leis nº 14.133/2021, 12.132/2010 e nº 14.356/2022, o que torna sua ilegalidade ainda mais escancarada, motivo pelo qual a anulação do Pregão em comento é a medida que se impõe.

5. DOS PEDIDOS

16. Ante o exposto, requer:

- a) Seja a presente recebida e processada como Impugnação ao Edital da licitação em comento;
- b) Sejam as razões aqui expostas analisadas e sopesadas para embasar uma decisão no sentido de anular o Pregão em curso, reiniciando o processo por meio de licitação na modalidade Concorrência, tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”, eis que mais adequada e vantajosa para o Conselho Regional de Medicina do Distrito Federal, em consonância com o determinado em lei;
- c) Não sendo essa a decisão da Comissão Julgadora - o que se cogita apenas para argumentar -, requer seja o presente enviado à autoridade superior, devidamente instruído, para deliberação acerca do pedido aqui deduzido.

Nestes termos, pede deferimento.

Brasília - DF, 20 de maio de 2024.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

EMERSON FRANCO DE MENEZES
OAB SP 133.039 | OAB DF 52.306

FLÁVIA LIMA COSTA
OAB DF 54.858

ANA CLARA DE MORAIS TORRES
OAB DF 74.807

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

Impugnação_-_Abracom_- CRM-DF.pdf

Documento número #25b1f546-9eff-4a4f-be34-54866ef8de4b

Hash do documento original (SHA256): 95100bc1b16ef4c10768b3351d791f631933c58683946f91035001ccd693f220

Hash do PAdES (SHA256): c5cf18dc97e46c660770e20534ae1dceff888f2f089e8e43c93753dddff041c6

Assinaturas

ANA CLARA DE MORAIS TORRES

CPF: 034.895.281-31

Assinou em 20 mai 2024 às 17:36:15

Emitido por AC VALID RFB v5- com Certificado Digital ICP-Brasil válido até 11 mai 2026

Log

- 20 mai 2024, 17:35:05 Operador com email ana.torres@francodemenezes.com.br na Conta 6ed7575b-7182-49ab-a110-6a83e026b657 criou este documento número 25b1f546-9eff-4a4f-be34-54866ef8de4b. Data limite para assinatura do documento: 19 de junho de 2024 (17:33). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 20 mai 2024, 17:35:06 Operador com email ana.torres@francodemenezes.com.br na Conta 6ed7575b-7182-49ab-a110-6a83e026b657 adicionou à Lista de Assinatura: ana.torres@francodemenezes.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Certificado Digital; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo ANA CLARA DE MORAIS TORRES e CPF 034.895.281-31.
- 20 mai 2024, 17:36:15 ANA CLARA DE MORAIS TORRES assinou. Pontos de autenticação: certificado digital, tipo A3 e-cpf. CPF informado: 034.895.281-31. IP: 189.61.3.62. Componente de assinatura versão 1.863.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 20 mai 2024, 17:36:15 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 25b1f546-9eff-4a4f-be34-54866ef8de4b.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> 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 25b1f546-9eff-4a4f-be34-54866ef8de4b, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.