

## JUSTIFICATIVA DE REALIZAR NA FORMA PRESENCIAL A CONCORRÊNCIA DE TÉCNICA E PREÇO

Trata-se de justificativa para utilização da modalidade de concorrência presencial em detrimento da eletrônica, conforme estabelece o §2º do art. 17 da Lei 14.133, de 2021, e o Art. 93 do Decreto Art. Nº 52/2023 que assim dispõe: as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.

A justificativa para a realização de uma Concorrência de Técnica e Preço para publicidade de forma **presencial**, especialmente à luz da Nova Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021) e da Lei de Publicidade (Lei nº 12.232/2010), deve fundamentar-se na complexidade da avaliação técnica e na necessidade de segurança/interação durante a análise dos planos de comunicação, garantindo a lisura do processo.

A contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de natureza contínua nas áreas de publicidade e propaganda envolve atividades de alta complexidade técnica e intelectual, que demandam análise minuciosa e criteriosa de propostas técnicas, especialmente quanto aos aspectos criativos, estratégicos e de execução das ações de comunicação institucional.

O objeto licitado exige a apresentação de Proposta Técnica composta por Plano de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia, Capacidade de Atendimento e Repertório, os quais, conforme previsto no instrumento convocatório, devem ser apresentados em invólucros físicos distintos, padronizados, lacrados e, em parte, sem identificação de autoria. Essa exigência visa garantir a observância dos princípios da isonomia, impessoalidade e julgamento objetivo, assegurando que a análise técnica ocorra sem qualquer possibilidade de identificação prévia das licitantes.

A entrega física dos invólucros é imprescindível para a adequada verificação do cumprimento das exigências formais do edital, tais como: padronização de papel, formatação gráfica, tipografia, numeração de páginas, ausência de marcas identificadoras, organização do conteúdo e separação correta das vias identificadas e não identificadas. Tais elementos são essenciais para a validade da proposta técnica e não podem ser plenamente garantidos por meio exclusivamente eletrônico, sem risco à quebra do sigilo ou à descaracterização do modelo de julgamento previsto.

Além disso, a análise de layouts, storyboards, roteiros, peças gráficas e materiais audiovisuais apresentados em mídias físicas demanda exame presencial, de modo a permitir avaliação fiel da qualidade técnica, clareza visual, legibilidade, acabamento e coerência estética das propostas, aspectos fundamentais para o julgamento do mérito técnico em licitações do tipo “técnica e preço”.

Ressalte-se, ainda, que o procedimento adotado está em consonância com a Lei nº 14.133/2021 e com a legislação específica da atividade publicitária, especialmente a Lei nº

4.680/1965 e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que reconhecem a especificidade desse tipo de contratação e a necessidade de procedimentos próprios para assegurar julgamento técnico adequado.

Abaixo estão os principais pontos para fundamentar essa justificativa em um processo administrativo:

### **1. Complexidade e Natureza Intelectual do Objeto**

- **Avaliação Qualitativa:** Serviços de publicidade exigem avaliação profunda de propostas técnicas (planos de comunicação), o que supera a análise de custo e pode ser mais bem executado com a verificação presencial e interação entre a comissão e os licitantes.
- **Complexidade Técnica:** A contratação não é de "bens comuns". Envolve criatividade, planejamento de mídia e estratégias de comunicação, exigindo rigor no julgamento técnico.

### **2. Segurança na Apresentação e Julgamento (Lei 12.232/2010)**

- **Inviolabilidade dos Envelopes:** A forma presencial permite que os licitantes acompanhem a abertura dos envelopes, conferindo maior transparência e segurança de que não houve violação prévia dos planos de comunicação.
- **Análise in loco:** A sessão presencial facilita a verificação imediata das condições de habilitação e permite a realização de diligências na própria sessão.

### **3. Vantagens do Modo Presencial**

- **Celeridade em Julgamentos Complexos:** Possibilita esclarecimentos imediatos sobre a proposta técnica, evitando recursos demorados e fases de saneamento que ocorreriam no meio eletrônico.
- **Interação com a Comissão:** A presença dos representantes das agências permite que dúvidas técnicas sejam sanadas na hora, otimizando o processo de pontuação.

### **4. Legalidade e Transparência**

- **Obrigatoriedade de Registro:** A licitação presencial deve ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo, garantindo a transparência (Art. 17, §2º da Lei 14.133/2021).
- **Divulgação Ampla:** A justificativa presencial não elimina a necessidade de ampla divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e jornais de grande circulação, garantindo a competitividade.

### **5. Exceção Justificada (Previsão Legal)**

- Apesar da preferência pela forma eletrônica, o gestor pode optar pelo presencial desde que motivado, demonstrando que tal formato é mais adequado para a avaliação técnica e não fere a competitividade, além de haver a devida previsão tanto na Lei 14.133/2021 quanto no Decreto que regulamenta a lei.

A presencialidade é adotada, portanto, para garantir a lisura e a correta avaliação técnica, permitindo que a comissão técnica verifique, em tempo real, as propostas criativas e estratégicas de publicidade, assegurando a melhor contratação para o interesse público.

Dessa forma, a realização da licitação na forma presencial mostra-se necessária e adequada à natureza do objeto, garantindo segurança jurídica, preservação do sigilo das propostas técnicas, julgamento objetivo e fiel observância aos princípios que regem a Administração Pública.