Galvão Comunicação
+55 91 4008-7730
www.galvaocomunicacao.net
/galvaocomunicacao
@galvaocomunica

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO BANCO DO ESTADO DO PARÁ

Ref. LICITAÇÃO BANPARÁ 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

RECURSO

GALVÃO COMUNICAÇÃO LTDA EPP inscrita no CNPJ nº 09.322.903/0001-63, estabelecida na Av. Governador José Malcher, 815, salas 607, 608, 615 e 616, Bairro Nazaré, CEP: 66055-300 – Belém – Pará, neste ato representada por sua sócia-administradora **RAFAELA HASSELMANN GALVÃO ZÚNIGA**, vem, respeitosamente, perante a ilustre presença de Vossa Senhoria, dentro do prazo legal e nos termos do item 20.1.1 do Edital e do art. 109, inc. I, "b", da Lei nº 8.666/93, interpor **RECURSO** ao julgamento da Proposta Técnica, o que faz pelos motivos de seu inconformismo no articulado a seguir:

DOS FATOS

1. Quanto ao julgamento do Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação

Julgador 1: justificou a perda de pontuação pela ausência de indicadores de resultados mensuráveis. "Diante do exposto, atendeu aos subquesitos, remanescendo ausência de 1 (um) item (ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital. "

Nota: 17 (perda de três pontos).

Pedido de reconsideração da pontuação.

Nossa Estratégia de Comunicação apresenta os meios que acreditamos serem os mais adequados para se obter o maior êxito na campanha proposta, e todos eles podem ter seu resultado medido depois da campanha executada. Até porque este quesito do Edital (item 10.2.1.2) não faz exigência desses indicadores para julgamento. Da mesma forma, analisando a Estratégia de Comunicação das agências concorrentes, também não se verifica referência a indicadores de resultados mensuráveis, e elas não perderam pontos por esta razão.

Galvão Comunicação
+55 91 4008-7730
www.galvaocomunicacao.net
/galvaocomunicacao
@galvaocomunica

Julgador 2: Justificou a perda de pontuação pela ausência de objetivos de comunicação mensuráveis. Concluindo pela ausência de 1 (um item).

Nota: 18 (perda de 2 pontos)

Pedido de reconsideração da pontuação.

Nossa Estratégia de Comunicação traça muito bem os objetivos da proposta, e tudo o que foi proposto como meios de comunicação a serem utilizados tem sua justificativa e pode ser mensurado.

Apenas a título de comparação, se considerarmos a avaliação da concorrente Pulse, que também não apresentou indicadores de resultados mensuráveis neste quesito, os dois julgadores acima mencionados tiraram mais pontos da nossa agência injustificadamente. Os critérios de avaliação devem ser equivalentes.

Portanto, solicitamos a revisão do item Estratégia de Comunicação, para que nos seja atribuída uma pontuação justa e equalitária.

2. Quanto ao julgamento do Subquesito 3 - Ideia Criativa

Julgador 1: Nota 23 (perda de 7 pontos)

Julgador 2: Nota 24 (perda de 6 pontos)

Julgador 3: Nota 25 (perda de 5 pontos)

Pedido de reconsideração da pontuação.

- Justificativa 1: falta de originalidade, pelo fato da ideia já ter sido utilizada anteriormente.

A comunicação muitas vezes se vale de recursos parecidos para dar mais força às ideias. As miniaturas que apresentamos é um recurso da propaganda, mas o contexto utilizado é original, considerando a história do anunciante e a pertinência com o produto a ser explorado. O mais importante é a forma que se dá à ideia, trazendo beleza e impacto à campanha.
A nossa proposta traz as miniaturas com aspectos enriquecedores para o universo dos empreendedores. Os personagens seguram suas próprias miniaturas, passando a ideia de que, com a ajuda do Banpará, o futuro está em suas mãos.

Galvão Comunicação
+55 91 4008-7730
www.galvaocomunicacao.net
/galvaocomunicacao
@galvaocomunica

Também a visualização do futuro é outro aspecto que enriquece a ideia, utilizando mais um recurso conhecido como "tela mental", onde o personagem vê seu negócio tomando forma, após a contribuição do Banpará.

Comparativamente, a licitante Latina se utilizou de um recurso já visto antes com frequência: a personalização.
("No aspecto textual, o conceito se repete com destaque, mas se desdobra usando o nome dos personagens que estarão presentes na campanha: "o banco que impulsiona os sonhos do Walmir", "o banco que impulsiona os sonhos da Regina" etc.")

Este recurso de personalização também já foi utilizado por anunciantes do mesmo segmento, como Banco do Brasil (BB Estilo) ou Santander (Impulsionador de sonhos), por exemplo, assim como em outras campanhas do setor financeiro.

Não estamos aqui questionando a ideia da concorrente. A questão é a redução extrema da nossa pontuação, comparativamente à que foi atribuída a eles. Se o recurso utilizado por eles também já foi visto em campanhas anteriores e não perderam pontos, da mesma forma não há como justificar a perda de pontos da nossa proposta por falta de originalidade.

- Justificativa 2: falta de identidade regional em nossa campanha.

A referência regional está além da utilização da estrela do Pará ou de termos populares nas peças publicitárias. Procuramos usar pessoas com características físicas que estivessem de acordo com o povo paraense, além de utilizar alguns personagens típicos da nossa região como o batedor de açaí, o barqueiro com o nosso rio atrás, o empreendedor com a cerâmica marajoara, o mototaxista com a Praça do Relógio atrás. Tudo isso cria uma identidade com nossa terra que não pode ser desprezada.

Outras licitantes, inclusive, utilizaram esses tipos paraenses em suas peças de campanha, muito parecidos com os nossos.

Assim, não é justificável a alegação de falta de identidade regional. Solicitamos, portanto, a revisão dos pontos atribuídos neste item, desconsiderando o descumprimento do quesito, para que a nota final seja readequada.

3. Quanto ao julgamento do Subquesito 2 - Capacidade de Atendimento

Pedido de reconsideração da pontuação.

Galvão Comunicação
+55 91 4008-7730
www.galvaocomunicacao.net
/galvaocomunicacao
@galvaocomunica

- Justificativa 1: não consta na proposta um profissional na área de planejamento.

O fato é que consta sim: EQUIPE PARA REALIZAR AS ATIVIDADES. É o primeiro profissional descrito no departamento Estudo e Planejamento.

Talvez os julgadores tenham confundido com o item "apresentação da agência", onde descrevemos que o planejamento é feito por um board de diretores para melhor dinâmica de atendimento. Mas isso não exclui o profissional de planejamento solicitado no edital, e que está devidamente identificado na descrição da equipe.

Desta forma, solicitamos a revisão dos pontos que nos foram atribuídos neste item.

- Justificativa 2: nomeação indevida de peças do repertório.

Outra questão apontada pelos julgadores foi a inadvertida nomeação de algumas peças do repertório, atribuídas a licitações anteriores, o que denotaria falta de cuidado. Embora tenham alegado que isso não afetou a nota que nos foi atribuída, registramos que não conseguimos identificar nenhuma referência a outra licitação, pelo que pedimos a desconsideração dessa falha.

Caso isso tenha influenciado a nota dos julgadores, o que nos parece claro, já que registraram o fato, pedimos a retificação dos pontos que nos foram atribuídos.

Por fim, em face de todos os fatos e razões expostas, pedimos provimento ao presente recurso administrativo para que seja revista a pontuação atribuída à recorrente.

Nestes termos,

pede-se deferimento.

Belém (PA), 15 de setembro de 2026

Rafaela Zúniga

GALVÃO COMUNICAÇÃO LTDA EPP
RAFAELA HASSELMANN GALVÃO ZÚNIGA