

A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

CONCORRÊNCIA 90001/2024

Processo Administrativo 01245.018574/2023-29

Aos 23 dias do mês de julho de 2025, reuniu-se a Subcomissão Técnica instituída pela PORTARIA CGRL/SPOA/SEXEC/MCTI Nº 9.110, DE 25 DE ABRIL DE 2025 publicada na Seção 2 do Diário Oficial da União de 28 de abril de 2025 para formalizar a resposta aos recursos e contrapropostas das licitantes dando prosseguimento à Concorrência 90001/24 – MCTI para contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional.

DO HISTÓRICO

Trata-se da Concorrência 90001/24 do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) para contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional. Após o trabalho inicial da Comissão Especial de Licitação, esta Subcomissão Técnica se reuniu nos dias 5, 6, 7, 12, 13 e 14 de maio de 2025 para análise dos invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Institucional – via não identificada) e nº 3 (Capacidade Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) das sete empresas concorrentes para julgamento das propostas das licitantes. No último dia, foi entregue à Comissão Especial a ata de julgamento e planilhas contendo as notas e justificativas para cada proposta.

Após a publicação do resultado do julgamento na seção 3 do Diário Oficial da União do dia 10 de junho de 2025, apresentaram recursos administrativos as empresas CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA; GBR PARTICIPAÇÕES LTDA; SANTAFÉ IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA; e FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.

Também dentro do prazo legal, apresentaram contrarrazões aos recursos interpostos as empresas CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA; SANTAFÉ IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA; e GBR PARTICIPAÇÕES LTDA., esta última em três documentos separados.

DO PROCESSO DE AVALIAÇÃO DE PROPOSTAS

Conforme estabelece o edital, a licitação é realizada na modalidade de concorrência do tipo MELHOR TÉCNICA, para a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional. A partir do item 17 são descritas as responsabilidades da Subcomissão Técnica, designada para a análise e julgamento das propostas técnicas.

Cabe ressaltar que esta Subcomissão Técnica se pautou sob aspectos exclusivamente técnicos acompanhando os regramentos estabelecidos no edital e seus apêndices, em especial ao “Apêndice II - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS”, o qual baliza os trabalhos e critérios a serem utilizados por esta Subcomissão, tal como o Briefing de

Comunicação e seu objetivo proposto, o qual apresenta o exercício criativo a ser analisado por esta Subcomissão.

Vejamos o texto editalício:

Apêndice II - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

(...)

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

*2.1 As Propostas Técnicas das licitantes **serão analisadas** quanto ao atendimento das **condições estabelecidas neste Apêndice.***

2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação institucional

2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

*a) a acuidade demonstrada na análise das **características e especificidades** do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;*

*b) a pertinência dos **aspectos relevantes e significativos** apresentados, **relativos às necessidades de comunicação institucional identificadas;***

*c) a assertividade demonstrada na **análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado** pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing*

2.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação institucional

*a) a **adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes** do MCTI às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;*

*b) o **alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional** do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;*

*c) a **consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação institucional** pela licitante e sua **capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;***

*d) a **pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;***

*e) a **exequibilidade da Estratégia de Comunicação institucional, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.***

2.2.1.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação institucional

*a) o **alinhamento das ações e/ou materiais** de comunicação institucional com a estratégia proposta;*

*b) a **pertinência das ações e/ou materiais** propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*

*c) a **adequação das ações e/ou materiais** propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;*

*d) a **multiplicidade de interpretações favoráveis** que as ações e/ou materiais comportam;*

*e) a **funcionalidade das ações e/ou materiais** propostos;*

*f) a **exequibilidade das ações e/ou materiais** propostos, com base no investimento disponível.*

2.2.1.4 Subquesito 4 – Plano de Implementação

*a) a **adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;***

b) o **grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos** na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação institucional e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação institucional e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação institucional

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação institucional em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de comunicação institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a qualidade da execução das ações e/ou materiais de comunicação institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

(g.n.)

Repisa-se ainda os desafios de comunicação e objetivos (gerais e específicos) apresentados no Briefing de Comunicação:

APÊNDICE II-A

BRIEFING

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A Semana Nacional de Ciência, Tecnologia é o maior evento de popularização da ciência brasileira. O evento, realizado anualmente sob a coordenação do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), tem a finalidade de mobilizar a população, em especial crianças e jovens, em diversos municípios, em torno de temas e atividades de Ciência e Tecnologia, valorizando a criatividade, a atitude científica e a inovação. **É a nossa maior vitrine.**

Durante a SNCT, diversas ações de divulgação científica são realizadas, como tendas da Ciência em praças públicas, dias de portas abertas, palestras, cursos, oficinas, experimentos didáticos e científicos, teatro científico, observação do céu, visitas técnicas, debates, ida de cientistas às escolas, distribuição de cartilhas e livros, exibição de vídeos científicos, excursões científicas, programas em rádios e TVs, dentre outros.

Sua vigésima primeira edição teve como tema “Biomás do Brasil: diversidade, saberes e tecnologias sociais”. A ideia era reconhecer, valorizar e proteger a biodiversidade dos biomas brasileiros e a riqueza dos conhecimentos tradicionais das comunidades que neles habitam e discutir o papel transformador das tecnologias sociais na construção de projetos inovadores que fazem parte do sistema de ciência, tecnologia e inovação.

3. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Objetivo Geral

Divulgar a 22ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, que será realizada em novembro de 2025, em Brasília-DF, cujo tema é Cultura Oceânica. O objetivo do evento é aproximar a Ciência e Tecnologia da população alcançando toda a comunidade escolar (alunos, professores, pais e gestores) e imprensa especializada.

Objetivos Específicos

Convidar toda a comunidade escolar a participar do maior evento de divulgação científica nacional, dedicado a despertar o interesse para o conhecimento e estudo da ciência.

Aproximar país, alunos e professores da produção científica e inovação nacional por meio de estratégias, ações e mensagens-chaves para a divulgação das iniciativas de popularização da ciência.

Estimular o desenvolvimento da reflexão, do pensamento crítico e da curiosidade científica em todo o País.

Divulgar os programas, ações e políticas públicas voltadas para a popularização da ciência.

(g.n.)

Por fim, temos ainda o texto do termo de responsabilidade da Subcomissão Técnica, senão vejamos:

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação institucional é processada e julgada por Comissão Especial de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no órgão/entidade contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Contratação.

(g.n.)

Observa-se que as regras do certame foram apresentadas no instrumento convocatório e a esta Subcomissão impostas. Resguardado o poder discricionário da análise do colegiado, que se pauta por critérios exclusivamente técnicos, o grupo submete-se ainda assim aos critérios estabelecidos no Apêndice II e os objetivos do briefing.

Destacamos que todas as propostas, durante avaliação, se mantiveram anônimas, não havendo nenhum item nos invólucros, cadernos de proposta ou peças exemplificativas que tenham identificado qualquer das empresas participantes da concorrência. Por este motivo, em atenção ao item 2.5.1 do

Apêndice II do edital, não houve desclassificação de proposta por esta Subcomissão Técnica, senão vejamos:

2.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação institucional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

(g.n.)

Os trabalhos realizados por esta Subcomissão Técnica se pautaram pelos critérios técnicos, com base nos regramentos estabelecidos pelo Apêndice II, analisando as propostas recebidas pela sua aderência aos objetivos propostos pelo briefing de comunicação. Elementos individuais são analisados, todavia não se pode olvidar da contemplação das propostas, como um todo, se estão alinhadas ao edital e, assim, pontuadas conforme. Lembrando sempre que o objetivo do certame é a seleção, por melhor técnica, de empresa para prestação do serviço de comunicação institucional, resguardadas as competências e limites desta Subcomissão Técnica.

Deve-se ainda recordar que os trabalhos realizados por esta Subcomissão Técnica foram registrados em ata detalhada em dias e trabalhos realizados, tal como discriminação da nota individual de cada membro para cada quesito e subquesito analisado, tal como cálculo realizado e justificativa da nota atribuída para todas as propostas recebidas.

DAS RESPOSTAS AOS RECURSOS:

Este documento está organizado de forma a responder no mesmo expediente todos os recursos apresentados. Os argumentos de cada licitante são resumidos e seguidos, quando houver, da contrarrazão correspondente das concorrentes. Ao final dos relatos, seguirá a resposta da Subcomissão. Quando necessário, os apontamentos são agrupados para melhor compreensão ou para evitar repetição das respostas.

A partir dessa exposição, seguimos à análise dos recursos e contrarrazões das licitantes:

DO RECURSO DA CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA

O Recurso pede majoração da nota da própria empresa; redução das notas da Santa Fé e GBR, assim como revisão da habilitação da Santa Fé, nos seguintes termos, em linhas sucintas:

- A) Argumenta que o Invólucro nº 5 da empresa GBR foi recebido em desconformidade com o edital. A GBR se defende em sua contrarrazão ao afirmar que inexistia no edital vedação à cisão ou suspensão da Sessão Pública que recebeu os documentos.

- B) Argumenta que a pontuação atribuída pela Subcomissão ao Subquesto III (Plano de Comunicação Institucional) é infundada.
- C) Argumenta que a proposta técnica da Santa Fé apresenta lacunas no quesito Estratégia de Comunicação, Solução de Comunicação e Plano de Comunicação. A Santa Fé se defende dos argumentos em contrarrazão e declara que o recurso constitui mera manifestação de inconformismo com o resultado.
- D) Argumenta que a proposta da GBR contém erro de orçamento ao trazer um cálculo incorreto. A empresa, ao reproduzir o orçamento presente na proposta da concorrente, calcula que a proposta extrapola a verba referencial de R\$ 1,5 milhão prevista no Apêndice II. Em contrarrazão, a GBR relata: “ainda que houvesse equívoco quantitativo em orçamento, como alega a recorrente, é indisputável que eventual erro é de tal monta não inviabilizaria a implementação da estratégia proposta, permanecendo esta incólume”.
- E) Também argumenta que a proposta da GBR traz erros de formatação, atestados de capacidade técnica que não citam o mês de início de atendimento e falhas no Plano de Implementação. A GBR nega em contrarrazão problemas de formatação e conteúdo do Plano de Implementação e se defende ao citar que o apêndice do edital não determina que essa comprovação contenha o início do mês de atendimento.
- F) Argumenta a indevida habilitação da empresa Santa Fé.

Dos requerimentos:

Item A

Requerimento:

Preliminarmente, imperioso anotar que a Comissão de Licitação cometeu grave equívoco ao receber o Invólucro nº 5 da empresa GBR, em total desconformidade com o Edital.

O Edital, no item 14.1 foi claro ao estabelecer que o invólucro deveria ser entregue na Segunda Sessão Pública:

[imagem]

Assim, ainda que a SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA tenha sido suspensa e continuado em data posterior, não era possível o recebimento do invólucro, que deveria ter sido entregue, assim como as demais empresas procederam, na data designada para a segunda sessão, na qual a empresa GBR não compareceu.

Tampouco a empresa GBR poderia alegar desconhecimento, pois além de a regra estar absolutamente expressa no Edital, a própria GBR apresentou pedido de esclarecimento nesse mesmo sentido. Vejamos:

[imagem]

[imagem]

*Dessa forma, é patente que a empresa GBR não apresentou o invólucro no momento oportuno, **devendo ser inadmitido.***

(...)

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: O recebimento dos invólucros é uma atribuição da Comissão Especial de Licitação e não está no escopo desta Subcomissão Técnica.

Desta forma, não nos manifestamos.

Item B

Requerimento:

A pontuação atribuída à proposta da CDN no Subquesto III (Plano de Comunicação Institucional), com a retirada de 5,00 pontos, é infundada e não reflete o mérito e a adequação de suas ações.

Contrariamente à justificativa da Subcomissão de Julgamento, a proposta da CDN evidencia Total Alinhamento Estratégico e Adequação aos Públicos-Alvo, não sendo correto o apontamento de “baixo alinhamento das ações apresentadas com a estratégia; baixa adequação das ações com o perfil do público” e não mencionar como “boas” “a multiplicidade de interpretações favoráveis às ações/materiais e a funcionalidade e exequibilidade das ações e materiais propostos”.

As ações propostas pela CDN, no entanto, estão bem alinhadas com a estratégia apresentada e são adequadas a todos os públicos-alvo definidos no Briefing exposto no Apêndice II. Vejamos: a estratégia proposta pela CDN, conforme estabelecido logo no primeiro parágrafo do Subquesto II (páginas 3 e 4), “se apoia em (1) ações de imprensa para qualificar a presença na mídia regional e especializada e ampliar a cobertura da imprensa nacional e (2) ações de relacionamento digital, ativando a rede de relações que o MCTI já possui e construindo novas parcerias, para compartilhar e gerar conteúdo e ampliar o alcance das suas mensagens nas redes sociais.”

(...).

A lista de ações proposta pela Santa Fé repete genericamente, na maioria dos casos, o direcionamento para “todos os públicos”, carecendo de ações voltadas principalmente para o principal público-alvo: jovens e educadores e, principalmente, não abrindo espaços para que os conteúdos produzidos possam ter circulação nos ambientes digitais, nos canais de influenciadores da comunidade de Ciência, Tecnologia e Inovação. Também não há menções consistentes para promover aproximação com a comunidade científica e com demais organizações governamentais da área, seja na esfera federal, como Finep, CNPq, MEC e outros, como nos âmbitos estaduais e municipais. Vê-se, portanto, que a licitante não mereceria nota máxima, quando a CDN, que não trouxe esses vícios, perdeu cinco pontos.

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: Durante análise da proposta da CDN, a Subcomissão Técnica apresentou as notas de seus membros, tal como as razões para elas e o cálculo praticado.

Os novos argumentos impetrados, em defesa da alteração da nota praticada (do pedido da majoração da nota da CDN) foram recebidos. Todavia, não acolhidos.

A Subcomissão Técnica mantém o entendimento que a proposta enviada pela empresa CDN foi avaliada conforme os requisitos previstos em edital e recebeu a pontuação adequada para cada requisito. Portanto, a Subcomissão decide por manter a sua (CDN) nota.

Item C

Requerimento:

Dos vícios da proposta técnica da empresa SANTA FÉ – necessidade de revisão da nota A concessão de nota máxima à proposta da Santa Fé no Subquesto III é questionável diante das seguintes fragilidades:

No quesito “Estratégia de Comunicação”, a estratégia da Santa Fé apresenta lacunas significativas, como a ausência de ações específicas para a imprensa nacional, relevante para alcançar a população em geral. Se tivesse analisado as publicações ocorridas nas edições de 2023 e 2024, teria percebido que foram poucas as menções à SNCT nos veículos nacionais e muitas delas ocorreram não pela programação, mas pela presença do presidente Lula.

Em relação à imprensa, foco principal do edital deste certame, a principal estratégia apresentada é o disparo de releases, sem indicar claramente o seu conteúdo. Eis o que traz a proposta da licitante: “Releases focados destacarão temas, avanços científicos e cases de inovação que surgiram em escolas, universidades e programas do MCTI, trazendo visibilidade às inovações regionais e conferindo protagonismo a ações locais em cada região do país.”

Todas as definições acadêmicas e práticas do que é um release inclui o fato de que ele é um texto jornalístico, portanto, que deve conter novidade, algo inédito. O que a licitante propõe, porém, é fazer releases sobre fatos do passado. Sem minimizar a importância dos vários avanços científicos obtidos, transformar avanços que já ocorreram em release não é uma estratégia eficiente.

Em outro trecho, a licitante propõe: “Para garantir que o público seja informado de maneira correta e responsável, o MCTI produzirá um novo vídeo release para combater fake news, reforçando o compromisso da ciência no trabalho junto à Cultura Oceânica, com informação de qualidade e conhecimento científico.” Mais uma vez a licitante propõe produzir um release, neste caso um vídeo release, sem dizer o que está sendo anunciado, qual a novidade, qual o anúncio. O combate a fake news não se faz por meio de uma única ação e certamente esta não pode se resumir a um release.

Já no quesito “Solução de Comunicação”, há um desalinhamento evidente entre a estratégia e a solução de comunicação, com propostas de parceria com Ministérios (MEC, MMA) excessivamente vagas e sem ações concretas. A proposta é vaga, sem especificar o que de fato será feito, sendo que as únicas referências são: “Em parceria com stakeholders, como o Ministério da Educação, as atividades da SNCT chegarão às escolas de todo o Brasil com materiais educativos. Colaborações com o Ministério do Meio Ambiente destacarão a relação entre ciência e conservação ambiental, com releases conjuntos para assegurar o reconhecimento do MCTI”.

Ora, mas na prática qual é a ação? Apenas a divulgação de releases conjuntos? Afinal, o que a licitante propõe que seja feito em parceria com o MEC? Há um claro desalinhamento entre Estratégia e Solução de Comunicação.

A proposta da licitante também é vaga sobre a destinação de certos conteúdos. Veja-se, por exemplo, a seguinte sugestão: Também será lançada uma série de podcasts educacionais sobre a Cultura Oceânica e suas conexões com ciência e tecnologia.” Acrescenta que pretende manter “o público, especialmente jovens e estudantes, interessado e engajado ao longo do tempo, estimulando discussões sobre ciência e a Cultura Oceânica.” Mas como esse público será alcançado? Em qual plataforma? Com será dado conhecimento ao público de que essa série existe? Os episódios serão enviados a rádios? Publicados no site do MCTI?

Em relação ao “Plano de Implementação” a SANTA FÉ incorre em erros graves de exequibilidade, no entanto, ficou apenas oito décimos (0,8) da nota máxima. Pede-se que a Subcomissão Técnica reavalie o plano levando em consideração que:

- 1. A concorrente comete um erro de exequibilidade ao indicar a realização de um Plano Estratégico de Comunicação Institucional (produto 1.1.4) no mesmo prazo em que estaria realizando o Diagnóstico e Matriz Estratégica. A descrição do produto deixa claro que o Plano deve ser “baseado no diagnóstico e na matriz estratégica” – portanto, ainda que se imagine a possibilidade de que o Plano possa ser iniciado enquanto o Diagnóstico ainda está em andamento, não é possível que ambos os produtos sejam feitos inteiramente ao mesmo tempo, como a concorrente aponta em seu cronograma. Além disso, este é um produto a ser utilizado para o planejamento da comunicação institucional do Ministério por todo um ano, tanto que o edital prevê apenas 1 (um) plano por ano.*
- 2. Erro de quantidade no item “Newsletter para servidores” – a SANTA FÉ indica na Solução de Comunicação que irá realizar uma newsletter semanal/quatro mensais, mas indica na planilha de orçamento a realização de 15 unidades do item Elaboração de Texto em Língua Portuguesa para esta ação.*
- 3. Na página 9 de sua proposta, a concorrente diz que irá elaborar “conteúdos diários para o site MCTI e da SNCT”. Estes produtos, porém, não estão contabilizados no orçamento da proposta. A concorrente diz em seu Plano de Implementação (página 17), que irá realizar Conteúdo Multimídia para Relacionamento. Este item não está descrito na Solução de Comunicação, nem incluído no orçamento do exercício.*

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: Embora já esposado no preâmbulo deste expediente, recorda-se que as análises praticadas por esta Subcomissão Técnica pautaram-se em critérios técnicos e realizadas por 3 profissionais com experiência e formação nas áreas de comunicação social.

Complementarmente, estiveram guiados pelos regramentos editalícios. Ao caso concreto, cumpre recordar trecho das orientações gerais do termo de compromisso da subcomissão técnica:

"A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital."

Como se pode observar, cabe o acompanhamento do item 2, e seus subitens, do Apêndice II nos critérios de avaliação das propostas e em todas elas foram aplicados os critérios.

O produto apresentado pelas licitantes se trata de um exercício criativo com potencial de implementação. Não somente a Santa Fé, mas o próprio licitante apresenta algumas ações sem indicações detalhadas (nas 15 páginas determinadas pelo edital). Entende-se que é parte da estratégia dos licitantes detalhar mais ou menos as suas iniciativas, resguardado um mínimo a ser compreensível e contemplado no "Plano de Implementação", para defender sua "Solução de Comunicação Institucional".

Diante do apresentado, a Subcomissão Técnica não encontrou elementos para reavaliar e reduzir a nota dada a empresa Santa Fé e decide por manter a nota.

Item D

Requerimento:

Dos vícios da proposta técnica da empresa GBR – necessidade de Desclassificação ou Redução Substancial da Nota

A proposta da GBR apresenta vícios graves que, cumulativamente, justificam sua desclassificação ou uma redução substancial de sua pontuação:

- *Vícios de Proposta e Orçamento:*

o Erro de Orçamento: O orçamento apresentado pela licitante ultrapassa a verba máxima a ser alocada no briefing, definida em R\$ 1.500.000,00, em desconformidade com o item 1.3.4.4.b – Apêndice II, do Edital. A planilha apresentada na proposta informa que o somatório dos preços totais é de R\$ 1.496.772,00, mas quando se refaz a soma percebe-se que há um erro, o total na verdade é de R\$ 1.592.033,00 (VER TABELA ABAIXO):

[imagem]

Resposta da Subcomissão Técnica: Durante as reuniões da Subcomissão, os orçamentos de cada proposta foram avaliados conforme estabelece o edital e apêndices, considerando a otimização dos recursos e adequação do cronograma. No entanto, a soma final e porcentagens em todas as tabelas foram consideradas, a princípio, corretas.

A partir do apontamento no recurso, a Subcomissão procedeu à revisão dos cadernos de propostas e realizou a soma do orçamento de todas propostas, o que comprovou o erro de cálculo da GBR e extrapolação do valor referencial previsto no briefing. Tendo em vista a extrapolação da verba referencial pela licitante, cada **membro da Subcomissão** decide pela retirada de **1 ponto** dado no quesito Plano de Implementação, o que **reduz a nota da empresa no quesito IV para 9.3**.

A Subcomissão também decide pela inclusão da seguinte linha no final da justificativa relativa ao julgamento da empresa: **Orçamento extrapola verba referencial prevista no Briefing**.

Item E

Requerimento:

o Formatação: Numeração das páginas está no canto inferior esquerdo, contrariando a exigência de ser centralizada, em desconformidade com o item 1.2.i – Apêndice II, do Edital, o que pode ser utilizado para identificação da proposta da concorrente

o Capa e Conteúdo: A formatação da capa, contracapa e conteúdo impresso não segue as especificações do edital (tipo de papel, margens, ausência de recuos), em desconformidade com os itens 1.2 alíneas “b”, “c”, “d” e “e” – Apêndice II, do Edital.

o Desconformidade formal: A via não identificada da GBR possui nota de rodapé idêntica à via qualificação técnica, sugerindo uma identificação.

- **Qualificação Técnica:**

o Os atestados de capacidade técnica dos clientes não citam o mês de início do atendimento¹, em desconformidade com o item 1.5.2 alínea "a"– Apêndice II, do Edital.

o De acordo com os atestados apresentados não é possível verificar se há experiência na execução dos 50% exigidos no edital, uma vez que não há quantidade mínima de relatórios nos documentos, apenas os objetos das contratações.

(...)

Resposta da Subcomissão Técnica: Conforme já discorrido na introdução desta resposta, a Subcomissão Técnica declara que não foi possível identificar nenhum dos licitantes por meio das suas propostas não identificadas apresentadas no invólucro 1 – propostas técnicas, via não identificada. Por este motivo, em atenção ao item 2.5.1 do Apêndice II do edital, não houve desclassificação de nenhuma proposta por esta Subcomissão Técnica visando a manutenção da competição técnica dos licitantes neste certame.

Ao que se refere a Qualificação Técnica, abstém-se de manifestação, por se tratar de assunto alheio às competências desta Subcomissão.

Aos outros apontamentos técnicos realizados pela CDN, a Subcomissão não vê elementos para revisão da avaliação e mantém a nota.

Item F

Recurso:

Indispensável também anotar que na Sessão Pública realizada em 09/06/25 restou indevidamente habilitada a empresa SANTA FÉ, ora Recorrida, uma vez que não logrou êxito em comprovar integralmente sua qualificação técnica, conforme as expressas disposições da Cláusula 15.2.3 do Edital de Licitação, conforme passa-se a expor:

(...)

A interpretação da cláusula 15.2.3 deve ser feita de forma sistêmica e integrada, e não de forma isolada para cada alínea. A alínea "a" estabelece o requisito fundamental: a necessidade de apresentação de atestados de capacidade técnica que comprovem a prestação de serviços compatíveis. No entanto, as alíneas subsequentes ("a1", "a2" e "a3") não são meras sugestões ou requisitos opcionais; elas são condições intrínsecas e detalhamentos essenciais para que a exigência da alínea "a" seja considerada plenamente atendida.

(...)

2 Atestados da Infraero, Granpal, ABSAE e ANP Trilhos não possuem o período específico em que foram prestados os serviços.

Com efeito, a Recorrida não apresentou atestado que comprovasse a execução dos serviços em dois clientes diferentes, nos últimos 36 meses, com experiência mínima de 3 anos, simultaneamente.

No mais, a empresa também descumpriu com o item b3, uma vez que não apresentou a declaração de que o profissional indicado irá coordenar a execução dos serviços.

Dessa forma, não há como admitir a habilitação da empresa SANTA FÉ uma vez que se mostrou evidente o descumprimento ao item 15.2.3. do Edital.

Resposta da Subcomissão Técnica: Trata-se de matéria alheia às competências a esta Subcomissão Técnica. Não se opina e manifesta.

DO RECURSO DA GBR PARTICIPAÇÕES LTDA.

O Recurso pede reforma do julgamento da Subcomissão; majoração da nota dada à empresa e redução da nota atribuída à Santa Fé nos seguintes termos, em linhas sucintas:

- A) Argumenta que as avaliações dadas pelos membros da Subcomissão são divergentes entre os três membros, mas com uma mesma justificativa conjunta manifestada.
- B) Argumenta que a proposta da Santa Fé apresenta falha na identificação das necessidades de comunicação e requer a redução para 3,75 pontos ou menos.
- C) Argumenta que a proposta da Santa Fé apresenta falha no orçamento ao não incluir item de clipping e análise de mídia e redes sociais. A Santa Fé diz em contraproposta que a afirmação constitui distorção deliberada da realidade e aponta os trechos em que prevê esse produto em sua proposta.
- D) Argumenta que a Santa Fé não comprovou qualificação técnica de acordo com os termos do edital, em especial o item 15.2.3 do edital. A Santa Fé, em contrarrazão, argumenta que comprovou sua capacidade técnica por meio de diversos atestados, sendo tecnicamente impossível exigir que os serviços prestados sejam descritos da mesma forma como constam no edital, importando a compatibilidade técnica entre o serviço realizado e o objeto da licitação.
- E) Argumenta que é desproporcional e injustificada a valoração dada ao Invólucro 3 devido à não apresentação de clientes integrantes do Poder Executivo Federal.
- F) Argumenta que os membros da Subcomissão Técnica, ao realizar avaliação única, não se ativeram ao item 2 “JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS” e demandaram da licitante o cumprimento de quesitos não estabelecidos.

Dos requerimentos

Item A

Requerimento:

“Antes de qualquer análise, é essencial destacar que as avaliações dadas pelos membros da Subcomissão, composta de três membros, é dada em conjunto. Nenhum problema haveria se a nota dada por cada um dos membros fosse igual; a

grande questão é que, no presente caso, houve nota divergente entre os três membros, mas uma mesma avaliação conjunta foi manifestada.

*O Edital não prevê isso; **o Edital prevê a avaliação pelos membros da Subcomissão, e não a avaliação conjunta.** Assim, sob pena de violação do princípio da vinculação editalícia, extraído do art. 5º, da Lei nº 14.133/21, o critério adotado deverá ser revisado e refeito para que **cada um dos membros da Subcomissão manifeste sua própria avaliação**, o que não aconteceu neste caso.*

Ora, há casos em que um dos três membros entendeu pela nota máxima, mas os outros dois não.

***É essencial ao Licitante saber o motivo pelo qual a nota mais baixa lhe foi atribuída por algum membro**, sob pena de se fulminar o direito de defesa, ou melhor, de impugnação. Trata-se, no cerne, da fundamentação do ato administrativo, que não pode ser genérica e inespecífica.*

A nota dada pela Subcomissão, há de se pontuar, influencia diretamente na colocação do Licitante, sendo informação e critério da mais absoluta relevância. Neste sentido, há de ser fundamentada especificamente.

Requer a reforma do julgamento.”

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão Técnica se ateu estritamente ao edital no processo de avaliação das propostas. Conforme o edital e apêndices, as notas devem ser individualizadas, conforme o item 2.3.3 do Apêndice II: “A **pontuação** de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por **cada membro** da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal”.

Porém a exigência de justificativa individual acontece na situação descrita a partir do item 2.3.4 do Apêndice II: “A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito **sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da nota máxima** do quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital”.

O item 2.3.4.1 estabelece: “Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, **os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação**”.

Não houve pontuação destoante se enquadrando no caso apresentado acima, desta forma, não houve a necessidade das justificativas individuais.

Item B

Requerimento:

“Pois bem. Vamos às notas. A GBR PARTICIPAÇÕES LTDA. obteve nota máxima no Subquesito “Raciocínio Básico”:

[imagem]

A Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA., que foi declarada primeira colocada, de outro lado, recebeu crítica da

Subcomissão no sentido de que não identificaram com clareza as necessidades de comunicação institucional

[imagem]

De fato, o plano da Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA. apresenta um discurso vazio acompanhado de pesquisas sobre comunicação de fontes diversas, mas com praticamente nenhuma linha efetivamente dedicadas ao MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, senão vejamos o parco ponto:

[imagem]

Neste sentido, há que se rebaixar a nota média atribuída à Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA., neste ponto, para 3,75 pontos ou menos, com base no não cumprimento deste quesito (identificação das necessidades de comunicação).

É o que requer.”

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: Durante sua análise, a Subcomissão Técnica apresentou as notas de seus membros, tal como as razões para elas e o cálculo praticado.

No recurso, não foram apresentados elementos que demonstrem justificativas para a revisão da nota do subquesito 1 do quesito 1 da licitante “SANTAFE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA”.

Desta forma, a Subcomissão Técnica decide por manter sua nota.

Item C

Requerimento:

“No que toca aos quesitos sobre implementação do plano (cronograma e orçamento), de forma absolutamente inexplicável, a Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA., que foi declarada primeira colocada, recebeu uma nota muito superior à da GBR PARTICIPAÇÕES LTDA., ora recorrente.

Segundo a Subcomissão, a SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA. teria feito uso “mais otimizado” dos recursos. A GBR PARTICIPAÇÕES LTDA., ora recorrente, discorda veementemente.

*Na verdade, **constata-se uma falha fatal no orçamento da Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA., para a qual a Subcomissão não se atentou e para a qual se chama a atenção: não incluiu um item sequer de clipping e análise de mídia e redes sociais.** Em outros termos, isso equivale a dirigir às cegas, sem nenhuma informação sobre os resultados das ações de comunicação. Paralelamente, é faticamente impossível realizar o balanço final sem tais insumos.*

*A Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA. **cortou itens fundamentais (clipping/monitoramento) do seu orçamento, o que prejudica e compromete a estratégia como um todo. Não é possível concluir que a implementação seja “boa”, tampouco que o gasto seja “otimizado”, nestes termos.** Na verdade, Licitante SANTA FE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA. cortou no cerne do projeto, comprometendo-o significativamente.*

Neste sentido, a nota atribuída à “primeira colocada”, tal como no tópico anterior, há de ser consideravelmente reduzida neste ponto. É o que requer.”

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Santa Fé, em sua contrarrazão apresenta fatos indicando que certos apontamentos tratam-se de distorções.

Complementarmente, em revisão do material da licitante “SANTAFE IDEIAIS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA”, invólucro 1, páginas 25 e 26, tabela de orçamento, pode-se observar, nas 3 últimas linhas da tabela, os seguintes itens e quantidades:

- Clipping Nacional - Jornais, Revistas e Portais de Notícias - 2 unidades
- Clipping Nacional - TV - 2 unidades
- Clipping Nacional - Rádio - 2 unidades

No recurso, não foram apresentados elementos que demonstrem justificativas para a revisão da nota do subquesto 1 do quesito 4 da licitante “SANTAFE IDEIAIS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA”.

Desta forma, a Subcomissão Técnica decide por manter sua nota.

Item D

Requerimento:

“É importante pontuar que a “primeira colocada”, porque não cumpriu à risca o quanto constou no Edital, buscou consignar a seguinte observação na ata da Segunda Sessão Pública, a qual não teve declarado o seu acolhimento:

Vejamos, em contraposição, o que dispõe o citado item 15.2.3 do Edital, o que não restou devidamente cumprido pela dita primeira colocação:

Requer a reforma das notas atribuídas, eis que não correspondem à avaliação correta segundo os critérios do Edital. ”

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão Técnica considera que a apreciação dos documentos de habilitação é uma atribuição da Comissão Especial de Licitação e não faz parte do escopo desta avaliação.

Desta forma, não nos manifestamos.

Item E

Requerimento:

“Em sequência, conforme Ata de Julgamento dos Invólucros n.º 3 realizado pela Subcomissão Técnica, a GBR PARTICIPAÇÕES LTDA. recebeu a nota 2,0, do total de 3,0, sob o argumento de que não apresentaria clientes integrantes do Poder Executivo Federal.

Destacamos, como é evidente, que tal exigência, por si, gera barreiras de concorrência aos participantes do certame, uma vez que privilegia fornecedores atuais do governo. Ora, os demais licitantes que porventura não sejam atuais contratados do governo estarão em evidente desvantagem, ainda que cumpram com primor os requisitos objetivos para a contratação.

Temos, aqui, uma afronta ao princípio constitucional da isonomia, estampado no caput, do art. 5º, da Constituição Federal, e no art. 11, II, da Lei nº 14.133/21, a qual rege o certame.

Paralelamente, é valoração desproporcional e injustificada.

Numa comparação simplória, temos que a Licitante GBR PARTICIPAÇÕES LTDA., ora recorrente, destacou mais de 110 clientes de diversos seguimentos, enumerando incontáveis contratos firmados. Apresentou clientes da Administração Pública, como o INCOR da FMUSP, a FIPE e o INRAD da FMUSP, tudo conforme documento apresentado em cumprimento ao item “Capacidade de Atendimento”. A “primeira colocada”, por sua vez, enumera meros três contratos.

Com o devido respeito, em se tratando de concorrência na modalidade “melhor técnica”, como o presente, não se mostra adequado e correto, segundo o próprio Edital do certame, premiar quem demonstre menos expertise na área.

A nota atribuída à “primeira colocada” há de ser diminuída, portanto, elevando-se a da Licitante GBR PARTICIPAÇÕES LTDA.

É o que requer. ”

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão Técnica pontuou as propostas conforme os requisitos do edital e apêndices, atribuindo as notas correspondentes à tabela constante do item 2.3.2 do Apêndice 2 e não vê razões para mudança do julgamento.

Desta forma, considerando que os argumentos apresentados são contrários às regras editalícias, e não ao julgamento desta Subcomissão, não cabe acolhimento do recurso.

Item F

Requerimento:

Há de se pontuar que, ao realizar a avaliação única, os três membros da Subcomissão Técnica, salvo melhor juízo, não se ativeram ao item 2 “JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS”, do Apêndice II, do Edital e demandaram da Licitante o cumprimento de quesitos não estabelecidos. Basta simples confrontação das “justificativas” constantes nas planilhas que acompanharam as atas de julgamento com o referido item do Apêndice do Edital.

O certo é que, salvo melhor juízo, a Subcomissão está demandando aquilo que o Edital não demanda especificamente, o que afronta o art. 5º da Lei nº 14.133/2.

Resposta da Subcomissão Técnica: Conforme já esposado no preâmbulo deste expediente, a Subcomissão Técnica entende de forma contrária e considera que fez seu julgamento estritamente baseado nos quesitos e subquesitos do edital da concorrência.

No recurso, não foram apresentados elementos que demonstrem justificativas para a revisão, dessa forma, a Subcomissão decide por manter a nota e julgamento.

DO RECURSO DA SANTAFÉ IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA.

O Recurso pede desclassificação da empresa GBR, retificação do resultado da fase de classificação; ciência aos demais licitantes com reabertura de prazo recursal, se for o caso; e no caso de manutenção da decisão, encaminhamento do recurso à Autoridade Superior, nos termos da Lei 14.133/2021 nos seguintes termos:

- A) Argumenta da irregularidade da aceitação do invólucro 5 da empresa GBR. A empresa, em contrarrazão, afirma que a Segunda Sessão Pública foi suspensa e, assim, cindida em duas reuniões e que o invólucro foi entregue de acordo com as regras do edital.
- B) Argumenta que a GBR não estava presente na sessão do dia 29/05/2025 e que a continuação da sessão não pode servir como uma “segunda janela de ingresso no certame”.
- C) Argumenta da impossibilidade de entrega da proposta técnica da GBR. Em contrarrazão, a GBR afirma que a segunda sessão pública foi suspensa e cindida em duas reuniões e que a entrega do invólucro ocorreu conforme data, horário e local previstos no edital.

Dos requerimentos

Itens A, B e C

Requerimento:

*A primeira irregularidade de gravidade acentuada decorre **da aceitação, por parte da Comissão, do invólucro 5] da empresa GBR PARTICIPAÇÕES LTDA doze dias após a sessão originalmente destinada à entrega dos invólucros.** Tal prática, por si só, já comprometeria a lisura do certame. No entanto, sua gravidade se acentua ainda mais ao se considerar que, nesse intervalo de tempo, a Comissão já havia iniciado o exame das habilidades técnicas das demais licitantes, estabelecendo critérios práticos de julgamento, definindo entendimentos sobre requisitos formais e avaliando o mérito técnico das informações prestadas.*

(...)

*No caso presente, **a empresa GBR PARTICIPAÇÕES LTDA não esteve presente na sessão do dia 29/05/2025,** na data designada para recebimento e abertura das propostas técnicas e, por consequência, não poderia ser admitida na continuidade da mesma sessão, realizada em 09/06/2025. Permitir isso representa uma distorção grave da sequência procedimental, pois autoriza, de forma totalmente excepcional e sem fundamento normativo, que uma licitante realize ato essencial fora da sua fase regular e sem o acompanhamento de todos os concorrentes.*

(...)

*Permitir que uma licitante entregue seu invólucro completo em sessão continuada da qual sequer participou inicialmente **é transgredir o conceito de continuidade** que pressupõe presença e ato anterior válido. A empresa que não entregou seu invólucro na sessão inicial não pode, sob qualquer pretexto, participar da conclusão de um ato que não chegou a iniciar. Qualquer solução diversa representa uma violação à preclusão administrativa, instituto que serve exatamente para impedir que se reabram fases já encerradas, em prejuízo da segurança do procedimento e da igualdade entre os participantes.*

***A exceção criada pela Comissão, ao aceitar o invólucro da GBR, é inaceitável também sob o ponto de vista da confiança dos licitantes na rigidez do edital.** Todos os demais concorrentes cumpriram o cronograma oficial, compareceram na data fixada e assumiram os riscos de não saber exatamente como suas habilidades seriam avaliadas. Ao flexibilizar essa exigência para apenas uma participante, a Comissão criou um cenário de favoritismo institucional involuntário, que compromete a credibilidade do certame e fere a boa-fé objetiva que deve reger as relações entre Administração e licitantes.*

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão Técnica considera que o recebimento das propostas na sessão pública é uma atribuição da Comissão Especial de Licitação e que não faz parte do escopo do julgamento desta Subcomissão.

Desta forma, não nos manifestamos.

DO RECURSO DA FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.

O Recurso pede majoração da nota atribuída à FSB; desclassificação da GBR; inabilitação ou redução drástica de sua pontuação; e desclassificação ou redução drástica de pontuação em relação à GBR, Apex, CDN e CDI, nos seguintes termos:

- A) No item 2.1 Argumenta que a Subcomissão Técnica incorreu em equívoco na avaliação das propostas porquanto valorizou, de maneira indevida ações predominantemente digitais, o que extrapola os limites do objeto licitado, e puniu de forma indevida a recorrente.
- B) Argumenta, na mesma linha, que produtos propostos pela Santa Fé, CDI e GBR são em boa parte focados em estratégias digitais não previstas pelo edital e se desviam da finalidade da licitação. O argumento é apresentado nos capítulos em que analisa em detalhe as propostas das concorrentes: Item 4.1 e 4.2 (Santa Fé); Itens 5.1, 5.2 e 5.3 (GBR); 6.2 e 6.3 (Apex); 7.1 e 7.2 (CDN) Item 8 (CDI).
- C) Argumenta, no item 3, pela inabilitação da Santa Fé por não atendimento de exigência do edital ao não apresentar os atestados de capacidade técnica (parágrafo 57 em diante) que comprovem execução de serviços compatíveis com, no mínimo oito produtos específicos, e que tal execução deve ter se dado por período mínimo de 3 anos”. Empresa também vê falhas no item “Elaboração de textos em língua portuguesa (parágrafo 68), sem a soma total de peças produzidas”. A Santa Fé se defende em contrarrazões ao afirmar que comprovou sua capacidade técnica por meio de diversos atestados e que os serviços prestados possuem caráter equivalente ao objeto do certame, havendo como diferença a forma como cada órgão denomina as atividades. Empresa também afirma que nem todos os textos citados na proposta são necessariamente artigos de mesma complexidade.
- D) Argumenta, no item 4.1, pela subtração dos pontos conferidos à Santa Fé por falhas no diagnóstico (84) e estratégia de comunicação. No Item 4.2 aponta erros na precificação (98) e inexecutabilidade de proposta (102); e outras falhas em produtos apresentados. Em contrarrazão, a Santa Fé que as críticas são infundadas e que o recurso ignora aspectos fundamentais e que trabalha com dados reais, sólidos e estruturantes.
- E) Ainda no item 4.2, argumenta por desvio do escopo do edital pela Santa Fé por priorizar estratégias de comunicação digital. Em contrarrazão, a Santa Fé afirma que a FSB distorce o conteúdo da proposta para criar argumentos inexistentes e que as ações voltadas ao digital entraram

- como secundárias, não principal. Também afirma que FSB apresentou conteúdos digitais em sua própria proposta.
- F) Argumenta, no item 4.3, pela inconsistência na precificação de produtos e volumes ao extrapolar a verba referencial estabelecida como limite no edital e falha na precificação de artigos de opinião (parágrafo 116); newsletters científicas (parágrafo 117); incoerência no podcast (118), relatórios finais com baixa complexidade (120); vídeo depoimentos (121), boletim de áudio (122); Em contrarrazão, a Santa Fé afirma que o valor está rigorosamente dentro do limite estabelecido e que as correções propostas pela FSB são arbitrárias.
- G) Argumenta no item 5.1 pela desclassificação da GBR por extrapolação do escopo do edital por utilização desproporcional de recursos voltados às mídias digitais (138 em diante), o que compromete a adequação da proposta. A GBR afirma em contrarrazão que a alegação de ter extrapolado o escopo do edital é genérica e utilizada contra todos os licitantes e que sua proposta não conta apenas com estratégias digitais.
- H) Argumenta no Item 5.2 sobre inconsistências na proposta da GBR quanto à extrapolação do orçamento na precificação de itens como o Telejornal para redes sociais (150); jogo digital (151); campanha de whatsapp (152); podcast (154); argumenta por item fora do escopo como o manifesto colaborativo (156), press trips (157). Argumenta por falhas no plano de implementação (163) por apresentar ações que deveriam ter sido descritas na solução técnica. A GBR em contrarrazão afirma que o texto se baseia na opinião da recorrente, não nas normas do edital.
- I) Argumenta no item 5.3 pela redução de pontuação da GBR por inconsistências no raciocínio básico (166 em diante), estratégia de comunicação (183 em diante); e nas peças exemplificativas (192 em diante). Em contrarrazão, a GBR afirma que não há nenhuma impropriedade, itens fora do escopo contratual e que não há no recurso nenhuma previsão do edital que fundamente a desclassificação da licitante.
- J) Argumenta no item 6.1 sobre a proposta da Apex e inconformidades que demonstram descumprimento das exigências do edital, como formatação do caderno (202), negrito e espaçamento. Erros fáticos na proposta (214 em diante), falta de compreensão dos desafios (217); omissão para imprensa regional (218). Apex não apresentou contrarrazões.
- K) Argumenta no item 6.2 do desvio conceitual da empresa (Apex) por apostar majoritariamente em soluções digitais, com ênfase excessiva em formatos típicos de redes sociais, métricas de engajamento e linguagem voltada ao consumo rápido de conteúdo. Apex não apresentou contrarrazões.
- L) Argumenta no item 6.3 de erros fáticos de falta de contextualização na proposta da Apex. Apex não apresentou contrarrazões.
- M) Argumenta no item 6.4 de incongruências metodológicas e orçamentárias, não apresentação de públicos em seu (Apex) cronograma (219) e falhas na precificação (220-221).

- N) Argumenta no item 6.5 de identificação visual indevida na inserção de uma análise SWOT na proposta (Apex), comprometendo o anonimato da proposta. Apex não apresentou contrarrazões.
- O) Argumenta no item 7.1 que a proposta da CDN teve vantagem competitiva por ser ancorada majoritariamente em estratégias de marketing digital, distanciando-se do escopo do edital. Em contrarrazão, a CDN afirma que a alegação está em desacordo com a realidade e que o edital prevê que produtos de relações públicas para intermediar a relação do ministério com outros públicos de interesse.
- P) Argumenta, no item 7.2 que a proposta da CDN traz equívocos no raciocínio básico (235), erros factuais (238), erro no produto projeto gráfico editorial (241); falha na Estratégia de Comunicação, ausência de mensagens-chave (251), inconsistência temporal da campanha (252); previsão de difusão por canais não previstos no edital (258); falha na descrição de profissionais (260). Em contrarrazão, a CDN afirma que a estratégia e soluções de comunicação propostas estão em consonância com o objetivo de comunicação estabelecido no edital.
- Q) Argumenta no item 7.3 de inconsistências na precificação de produtos e equívocos como a reformulação do site institucional descrito como projeto editorial (270a), precificação errada de conteúdo multimídia; press trip, podcasts, alocação de equipe concurso digital e banco de mídia (270b-i). Em contrarrazão, a CDN afirma que a recorrente faz malabarismos para tentar demonstrar inconsistência no orçamento apresentado e que todos os produtos previstos estão contabilizados no quantitativo necessário para a execução da proposta.
- R) Argumenta no item 8 sobre a proposta da CDI possuir erro estrutural por propor um modelo híbrido de atuação ao misturar de maneira inadequada comunicação institucional com ações típicas de redes sociais e marketing digital. CDI não apresentou contrarrazão.
- S) Argumenta ao longo do item que a proposta falha em compreender o papel estratégico da comunicação no setor público (280); visão limitada dos públicos estratégicos (282); erros factuais na proposta (284); fragilidade na proposta de um concurso de artes (289); falha no plano de implementação (293), inconsistência no produto websérie, com precificação de 4 vídeos e proposta de 10 episódios de 30 minutos. CDI não apresentou contrarrazão.

Dos requerimentos

Sobre a apresentação de recursos digitais (Itens A, B, E, G, H, K, O, R):

A licitante apresenta os seguintes argumentos:

*8. Ocorre, contudo, que, consoante será demonstrado no decorrer do presente recurso, o resultado da licitação não pode se manter, porquanto o resultado divulgado encontra-se eivado de vícios materiais que comprometem sua validade, tanto sob o aspecto técnico quanto jurídico. **A proposta apresentada pela FSB Comunicação destacou-se por sua plena aderência ao objeto licitado, com foco em comunicação institucional, rigor metodológico e estrita observância às exigências editalícias. No entanto, foi preterida em favor de propostas que, embora visualmente atrativas, incorreram em grave extrapolação do escopo contratual, incluindo ações de marketing digital não***

previstas, produtos sem respaldo contratual, omissões orçamentárias relevantes, e vícios formais na apresentação.

(...)

22. Isto porque, ao proceder com análise detida das propostas apresentadas pelas demais licitantes, nota-se, de forma cristalina, que — em claro desrespeito às diretrizes estabelecidas no Edital — optaram por elaborar propostas ancoradas em ações predominantemente digitais, ao propor ações de comunicação digital, marketing de influência, produção de conteúdos para redes sociais, aplicativos e produtos que não possuem previsão contratual ou orçamentária mínima no edital.

(g.n.)

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão nega que tenha se pautado ou avaliado as propostas de forma a majorar a nota a partir da presença de produtos digitais. Toda a avaliação se deu a partir dos requisitos do edital e apêndices a partir do alinhamento das ações e materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta, pertinência das ações e materiais com a natureza do Ministério, e adequação das ações e materiais com o perfil dos respectivos públicos. Os produtos presentes nas propostas foram avaliados conforme o Apêndice I, que especifica os produtos e serviços essenciais.

A empresa anexa em seu recurso a resposta a um e-mail enviado à Comissão Especial de Licitação em 25 de outubro de 2024 em que pede esclarecimentos sobre a previsão de conteúdo multimídia nas propostas. A resposta do ministério diz “(...) **É possível prever a produção de conteúdo multimídia e propor utilizações diversas, entretanto é importante considerar que se trata de uma contratação de Comunicação Institucional e não especificamente de Comunicação Digital. Há no Edital produtos essenciais que se encaixam nessa finalidade**” *(g.n.)*.

A empresa ainda argumenta que foi punida por se ater às limitações estabelecidas pelo próprio instrumento convocatório. A Subcomissão entende que a resposta no e-mail é clara em apontar que produtos digitais poderiam ser previstos na proposta e que eles estariam descritos no edital. Entre os conteúdos inscritos no Apêndice I e que podem utilizar as redes estão: 1.2.4 Entrevista Coletiva por Videoconferência; 1.5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa; 1.5.3 Fotografia; 1.5.4 Reportagem em Vídeo; 1.5.5 Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores; 1.5.6 Podcast e 1.5.9 Banco de Mídias. 1.7.1 Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores; 1.7.2 Conteúdo Multimídia para Relacionamento (cujo descritivo traz “Produção e publicação de textos, posts para ambientes digitais tais como sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento”); 1.8.1 Projeto Gráfico; 1.8.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas; 1.8.3 Diagramação de Apresentações Eletrônicas; 1.8.4. Infográficos Estáticos e/ou Impressos e 1.8.5 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo.

Dessa forma, a Subcomissão nega que tenha adotado um viés positivo a ferramentas predominantemente digitais e mantém a avaliação dada a todas as concorrentes.

Sobre a comprovação de capacidade técnica (Item C):

A impetrante declara:

58. Ocorre, contudo, consoante será demonstrado detidamente a seguir, o resultado da habilitação não pode se manter, porquanto a Santa Fé deixou de atender requisito mínimo exigido pelo edital para que uma empresa seja declarada habilitada.

Resposta da Subcomissão Técnica: A Subcomissão Técnica entende que a avaliação da comprovação de capacidade técnica é uma atribuição da Comissão Especial de Licitação e está fora do escopo desta Subcomissão Técnica.

Desta forma, não nos manifestamos.

Sobre a possível identificação de proposta a partir da formatação (Itens J e N):

A impetrante declara:

202. A proposta da licitante Apex Comunicação se encontra em evidente desrespeito às normas de formatação estabelecidas no edital que rege o presente certame. Conforme estabelecido perante os itens 1.3.2.1; 1.3.3.1; 2.2.1.3, alíneas b e f, não havia permissão para o uso de espaçamento entre os parágrafos e a aplicação de elementos gráficos como negrito.

(...)

205. Tal infração, por si só, seria razão suficiente para penalização da licitante, uma vez que a observância das regras de formatação forma um critério objetivo de julgamento e essencial para a manutenção da paridade entre os licitantes.

Resposta da Subcomissão Técnica: Conforme já discorrido na introdução desta resposta, a Subcomissão Técnica declara que não foi possível identificar nenhum dos licitantes por meio das suas propostas apresentadas no invólucro 1 – propostas técnicas, via não identificada. Por este motivo, em atenção ao item 2.5.1 do Apêndice II do edital, não houve desclassificação de nenhuma proposta por esta razão.

A Subcomissão reafirma que a formatação ou inserção de gráficos não conferiram vantagem a nenhuma proposta, nem que tenham dado margem à identificação de autoria. Considera ainda que a nota e avaliação foram dadas de forma correspondente ao pedido no edital.

Sobre inconsistências nos quesitos e subquesitos (Itens D, F, I, L, M, P, Q, S)

Resposta da Subcomissão Técnica: Reafirma-se que esta Subcomissão Técnica se ateve estritamente ao edital no processo de avaliação das propostas. Os trabalhos realizados se pautaram pelos critérios técnicos, com base nos regramentos estabelecidos pelo Apêndice II, analisando as propostas recebidas pela sua aderência aos objetivos propostos pelo briefing de comunicação.

Durante as reuniões as propostas anônimas foram avaliadas pela Subcomissão conforme os quesitos e subquesitos previstos no edital e pontuadas de acordo com o julgamento dos membros.

A partir do recebimento dos recursos e contrarrazões a Subcomissão passou à análise dos argumentos apresentados atentando-se a inconsistências nas propostas que possam prejudicar a competitividade do certame. A análise não se pautou por avaliação subjetiva dos quesitos, que foram amplamente discutidos durante as reuniões e pontuadas conforme. O que se buscou foi identificar falhas objetivas para as quais não houve defesa nas contrarrazões e que efetivamente, mantidas as notas, causariam prejuízo a competitividade do certame.

Dessa forma, esta Subcomissão compreende que os seguintes pontos merecem revisão.

Santa Fé

Diz a impetrante:

122. O oposto também ocorre: o “boletim de áudio com edições diárias”, embora descrito no Plano de Implementação e cronograma, sequer consta no orçamento e tampouco foi detalhado na Solução, revelando falta de integração entre os componentes da proposta e ausência de controle sobre as entregas pactuadas.

Resposta da subcomissão técnica:

Observa-se a presença da indicação da ação (“boletim de áudio com edições diárias”) na página 17 da proposta da licitante (Santa Fé), porém não se pode observar o item no orçamento nem no cronograma. Em leitura da contrarrazão da licitante, tampouco pode-se observar defesa quanto ao tema. Acolhe-se o apresentado e, em deliberação, cada membro da Subcomissão decide pela retirada de 1 ponto no quesito Plano de Implementação, o que reduz a nota da empresa no quesito IV para 13.2.

CDN

Diz a impetrante:

270. A análise comparativa entre os elementos da proposta técnica da recorrida e os dados constantes de sua tabela de orçamento demonstra, de forma inequívoca, inconsistência na precificação de produtos e volumes, com omissões relevantes e consequente subdimensionamento orçamentário, incompatível com a execução do plano apresentado, conforme abaixo:

(...)

e) A previsão de equipe alocada indica a atuação de sete profissionais durante dois meses, distribuídos entre frentes como atendimento de demanda de veículos, contatos proativos e atendimento institucional. Contudo, a proposta também menciona a entrada de quatro profissionais adicionais na reta final da campanha, os quais não foram incluídos na planilha de orçamento. A ausência desses valores implica uma subestimação orçamentária de, no mínimo, R\$ 72.815,04 (considerando quatro profissionais de baixa complexidade ao custo unitário de R\$ 18.203,76)

Resposta da subcomissão técnica:

Na página 11 da proposta técnica da CDN, pode-se verificar que a licitante aponta a alocação de 7 profissionais, por 2 meses, somados a 4 “na reta final” (página 11 - “equipe alocada”).

No orçamento, apresenta o seguinte quantitativo:

Produto	Complexidade	Quantidade
2.1 Atendimento às Demandas de Veículos de Comunicação	2.1.2 Média	2
	2.1.3 Alta	2
2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação	2.2.1 Baixa	2
	2.2.2 Média	2
	2.2.3 Alta	2
	2.2.4 Altíssima	2
9.1 Atendimento às Demandas do Contratante	9.1.4 Altíssima	2

Observa-se que não podem ser constatados os 4 profissionais para a “reta final”.

Em leitura das contrarrazões da licitante (CDN), essa defende:

*e. A proposta, nos itens 2.1 e 2.2, prevê alocação de **12 profissionais** entre atendimento às demandas e contatos proativos, dentro portanto, do escopo e do orçamento. Além desses dois serviços, também há mais **2 profissionais** no item 9 para atendimento às demandas do contratante.
(g.n.)*

Mesmo com a contrarrazão da licitante (CDN) observa-se a inconsistência na proposta sem a identificação dos 4 profissionais da “reta final”.

Diante do impetrado e das contrarrazões recebidas, em sintonia com as outras decisões proferidas por esta Subcomissão, acolhe-se o apresentado e, em deliberação, cada membro desta decide pela retirada de 1 ponto dado no quesito Plano de Implementação, o que reduz a nota da empresa no quesito IV para 14.0.

Apresenta-se abaixo a tabela de com as pontuações atualizadas.

EMPRESA	1. Plano de Comunicação Institucional					2. Cap. de Atend.	3. Relatos de Sol. Pret. em Com.	PONTUAÇÃO TOTAL
	I. Rac. Básico	II. Estrat. de Com. instit.	III. Sol. de Com. instit.	IV. Plano de Implem.	Pont. Final Quesito 1			
CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA	4.6	23.7	25.0	14.0	67.3	10.0	15.0	92.3
PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	5.0	24.8	18.7	10.3	58.8	9.0	14.5	82.3
GBR PARTICIPAÇÕES LTDA	5.0	25.0	29.3	9.3	68.6	9.0	15.0	92.6

CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA	4.7	22.7	24.7	13.3	65.4	9.0	15.0	89.4
APEX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA	4.9	24.3	23.7	15.0	67.9	9.0	15.0	91.9
SANTAFE IDEIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA	4.1	25.0	30.0	13.2	72.3	10.0	15.0	97.3
FSB COMUNICACAO E PLANEJAMENTO ESTRATEGICO LTDA	5.0	24.7	20.7	9.7	60.1	10.0	15.0	85.1
	5.0	25.0	30.0	15.0	75.0	10.0	15.0	100.0

Sem mais a tratar, a Subcomissão assina e encaminha a Comissão Especial de Licitação

Brasília, 23 de julho de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **JOAO EDUARDO MATOS SENA**
 Data: 23/07/2025 19:21:27-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

JOÃO EDUARDO MATOS SENA

Documento assinado digitalmente
 **FELIPE MASSAYUKI SUGIMOTO**
 Data: 23/07/2025 19:16:58-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

FELIPE MASSAYUKI SUGIMOTO

Documento assinado digitalmente
 **FRANCISLAIDE DE OLIVEIRA SANTOS ESPINOLA**
 Data: 23/07/2025 20:05:05-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

FRANCISLAIDE DE OLIVEIRA SANTOS ESPÍNOLA