

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE  
LICITAÇÃO DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

REFERÊNCIA: CONCORRÊNCIA N. 01/2013 – TÉCNICA E PREÇO

**INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA S/S LTDA.**, sociedade simples prestadora de serviços técnicos especializados em Assessoria de Comunicação e Imprensa, regularmente inscrita no CNPJ sob o n. 26.428.219/0001-80, com sede no SCN Quadra 05, Bloco "A", Sala 417, Ed. Brasília Shopping, Torre Norte, Brasília/DF, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, com fulcro no artigo 109, inciso I, alínea "a", da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993, mediante as razões de fato e de direito a seguir elencadas.

**1- DOS FATOS**

Em 19/04/2013, às 9:00h, no auditório do Subsolo, Anexo II, do Ministério da Educação, Esplanada dos Ministérios, Bloco "L", em Brasília/DF, ocorreu sessão pública de abertura da Licitação n. 01/2013, na modalidade concorrência, promovida pelo Ministério da Educação.

Tal licitação destina-se à contratação de empresa prestadora de serviços técnicos de assessoria de comunicação, para participar na execução das políticas, estratégias e ações de comunicação envolvendo produção de material jornalístico, reportagem, programação, produção e apresentação de programas, para atendimento às áreas de TVMEC digital por IP (Internet Protocol), Rádio por IP e Internet do Ministério da Educação, conforme especificações constantes do Projeto Básico, Anexo I e seus Encartes, para promover o MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, em seus programas e em suas ações.

Nesse mesmo dia, após a abertura dos envelopes 1, Habilitação, foi procedida a abertura dos envelopes 02, contendo as "propostas técnicas". E, no dia 17/06/2013 foi publicado no DOU o resultado da análise das referidas propostas técnicas.

No entanto, a Recorrente não se conforma com a pontuação que lhe foi atribuída, nem com a pontuação atribuída à concorrente

INFORMAÇÃO PUBLICIDADE, uma vez que esta não atendeu, em sua proposta, a diversos critérios definidos pelo presente edital, conforme se verá a seguir.

## **2- DO EQUÍVOCO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO QUANTO À NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA TÉCNICA APRESENTADA PELA RECORRENTE E À LICITANTE INFORMAÇÃO PUBLICIDADE**

No que diz respeito tanto ao Quesito 1 (Inteligência) quanto ao Quesito 2 (Soluções de Desafios da Comunicação) da Proposta Técnica (Encarte C da presente concorrência), estavam demasiado claros os critérios a serem avaliados em cada um de seus respectivos subquesitos. São eles:

### **Quesito 1 - Inteligência:**

Subquesito 1 – Diagnóstico da situação (critérios: Consistência e atualidade da análise; Aprofundamento da análise; Abrangência e contextualização).

Subquesito 2 – Estratégia de comunicação (critérios: Coerência com o Diagnóstico da situação; Coerência com as políticas públicas do Poder Executivo Federal relacionadas ao tema; Coerência com a política e diretrizes de comunicação do Poder Executivo Federal; Consistência e detalhamento).

Subquesito 3 – Plano de comunicação (critérios: Coerência com o Diagnóstico da situação e com a Estratégia de comunicação; Uso apropriado de produtos e serviços previstos no objeto da contratação; Exequibilidade a partir da capacidade instalada no MEC e da previsão do contrato).

### **Quesito 2 – Soluções de Desafios de Comunicação**

Subquesito 1 – Exposição do desafio (critério: Coerência com o Planejamento de comunicação)

Subquesito 2 – Planejamento de Comunicação (critério: Clareza, didática e capacidade de síntese)

Subquesito 3 – Resultados obtidos (critério: Relevância dos resultados obtidos).

Um olhar atento à proposta apresentada pela INFORMAÇÃO PUBLICIDADE, no entanto, deixa bastante claro que a mesma ficou muito aquém de atender a todas as exigências editalícias, razão pela qual não poderia, no entender da recorrente, ter recebido desta respeitável Comissão de Licitação nota tão alta – 29,33, inferior apenas 7,34 pontos da pontuação dada à INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA, ora recorrente – 36,67.

Para melhor elucidar esta alegação, passamos a discorrer sobre as deficiências apuradas na proposta apresentada pela INFORMAÇÃO PUBLICIDADE, ora recorrida:

No que diz respeito ao **Diagnóstico da situação** (subquesto 1/Quesito 1 – Inteligência), ressalta-se que a primeira virtude de um bom texto de diagnóstico é basear suas afirmações em fatos e dados colhidos junto a fontes confiáveis de informação. A citação das fontes de informação, portanto, é obrigatória e é preconizada por qualquer manual de redação, a fim de evitar perda de consistência e credibilidade.

O texto apresentado pela INFORMAÇÃO PUBLICIDADE, contudo, desconsidera essa boa prática, comprometendo sua consistência de forma inequívoca.

Enquanto a ora recorrente utilizou dados oficiais referenciados, aprofundando-se na análise do ensino técnico profissionalizante (um dos critérios de avaliação das propostas), a recorrida utilizou dados sem, no entanto, citar fontes e, como se não bastasse, de forma desorganizada e confusa, em desconformidade com os tópicos propostos no Projeto Básico da proposta.

A proposta técnica da empresa ora recorrida chega a concluir, com base numa análise superficial e dados desatualizados, como levantamento do IBGE de 1995 (sobre ingresso de jovens em instituições de ensino, na página 4 da proposta, numeração da IP, na segunda coluna), que *“o que falta ao Pronatec, falta-lhe uma ação vigorosa de comunicação social”* (página 9 da proposta, ainda segundo numeração da IP, no final da primeira coluna).

O argumento apresentado é de que o Pronatec “raramente” aparece na mídia, como se sua presença ali fosse capaz de resolver os enormes desafios que o Programa enfrenta para alcançar a meta de 8 milhões de matrículas até 2014.

Ora, essa é uma visão simplista e rasa da questão. Além do mais, esse raciocínio indica uma enorme distância entre a proposta da ora

recorrida e os objetivos do edital, concentrado em mídias digitais. Isso, por si só, já constitui elemento suficiente para a reconsideração da nota concedida à referida licitante.

Ainda dentro do Diagnóstico, no tocante à **identificação e caracterização dos públicos** (item d), a recorrida **erra** ao afirmar que há 40 milhões de jovens no Brasil. O Censo do IBGE já apontava - em 2010 - 51,3 milhões de jovens entre 15 e 29 anos.

Outra falha grave: o texto cita *“mais de oito milhões de jovens estudantes do ensino médio em todo o Brasil, entre os quais estão os mais ansiosos e interessados em rápida formação profissional para conseguir o primeiro emprego e o ingresso no mercado de trabalho”*. A informação sobre “os mais ansiosos e interessados” é construída de forma empírica, sem NENHUMA base de dados.

O texto continua apresentando sérios deslizes e erros de informação. Isso acontece, por exemplo, quando afirma (página 13 da proposta da IP) que entre os públicos-alvo há mais de 20 milhões de jovens entre *“12 milhões de famílias beneficiárias dos programas federais de transferência de renda”*. Ora, é mais do que notório que só o Bolsa Família atende a quase 2 milhões a mais de famílias, sem contar o Benefício de Prestação Continuada (BPC).

Em contrapartida – levando em conta a importância deste item e preocupando-se em aprofundar seu entendimento sobre ele – a ora recorrente fez questão de entrevistar personagens envolvidos com o assunto, chegando à percepção de falta de interesse do público preferencial do Programa, aspecto considerado fundamental para a formulação de uma adequada estratégia de enfrentamento do problema, conforme citado por um dos membros da Subcomissão Técnica no relatório da análise das propostas técnicas.

**Nesse sentido, é imperioso notar que o diagnóstico apresentado pela recorrida INFORMAÇÃO PUBLICIDADE carece de consistência e rigor técnico, razão pela qual merece a sua nota ser revista, para baixo.**

**Por outro lado, o diagnóstico produzido pela recorrente como um todo, e especialmente no item d, merece uma nova avaliação, com a consequente elevação da pontuação concedida.**



Em relação à **Estratégia de Comunicação** (subquesto 2 do Quesito 1 – Inteligência), item “b”, de acordo com os comentários desta comissão, as mensagens de comunicação da ora recorrida foram avaliadas como “*pouco provocativas e criativas*”. Por outro lado, as mensagens da recorrente foram consideradas “*impactantes, atraentes, desafiadoras e provocativas*”.

Diante disso, foge à compreensão a razão pela qual, ainda assim, as mensagens da recorrida receberam apenas dois pontos a menos do que as apresentadas pela recorrente, requerendo-se, neste ponto, seja dada a pontuação máxima deste item (10) à recorrente, bem como seja reduzida a nota concedida à recorrida, já que esta apresentou mensagens pouco criativas, simplistas e sem grandes possibilidades de impacto, um dos critérios notadamente utilizados pela comissão julgadora.

Em tempo, chama-se à atenção para o fato de a concorrente propor uma mensagem com incoerência gramatical – “*Governo sempre ao seu lado te preparando para o futuro*”, quando o correto seria adequar a terceira pessoa ao uso formal (teu lado - te preparando). **O MEC não poderia jamais adotar uma mensagem com erros de português.**

Assim, não há como negar que as mensagens de comunicação apresentadas pela recorrida em tudo se distanciam daquelas produzidas pela recorrente, razão pela qual a nota daquela merece ser reduzida.

Ademais, em relação às **Ações e instrumentos de Comunicação** - Subquesto 3 (item a) / Quesito 1 (Inteligência) - apresentadas pela recorrida, foi citado por esta “*pronunciamento do ministro em rede nacional de rádio e televisão e uma campanha publicitária institucional*”, que ficaria à cargo da Secom.

Caso a recorrida tivesse prestado um pouco mais de atenção ao presente edital, teria se dado conta de que essas ações fogem ao alcance do mesmo, assim como a convocação de entrevistas do ministro à imprensa e kits de imprensa, igualmente propostos pela mesma.

Mantendo a coerência desta linha de raciocínio, a recorrente entende que deve ter pontuação máxima também em todos os itens do Subquesto 3 (Plano de Comunicação), uma vez que apresentou **ações inovadoras**, como a criação de blog e aplicativo, ao mesmo tempo que factíveis com a realidade do MEC. Por outro lado, a recorrida apresentou ações que **não estão organizadas de acordo com edital**, sem cronograma de ação.

Além disto, a recorrida não apresentou instrumentos de acompanhamento, controle e avaliação dos resultados, merecendo nota muito inferior nestes dois itens (c e d) do Subquesto 3.

**Portanto, verifica-se que tantas omissões e falhas são inadmissíveis em um texto que tenha sido considerado merecedor de pontuação tão elevada (diferença de oito pontos em cada um dos subquestos), não estando de acordo com a própria avaliação feita pela Comissão de Licitação.**

Por fim, no quesito 2 – Soluções de Desafios de Comunicação, os relatos de caso da recorrente demonstraram que a empresa tem conhecimento e experiência no assessoramento de programas federais de alta visibilidade e impacto, como é o caso do Pronatec, atendendo à complexidade exigida no edital.

**Por esta razão, solicitamos a elevação das notas dadas à recorrente no que diz respeito ao Quesito 2 do presente edital.**

### 3- DO PEDIDO

Por todo o exposto, a INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA S/S LTDA requer o acolhimento do presente recurso administrativo, a fim de revisar as notas atribuídas nos moldes em que pleiteado, reduzindo as notas dadas à INFORMAÇÃO PUBLICIDADE e majorando as notas atribuídas à Recorrente.

Termos em que pede deferimento.

Brasília, 24 de junho de 2013.

*Rebeca Scatrut*  
Sócia-Gerente

Rebeca Scatrut  
Sócia Gerente

INSCRIÇÃO NO CNPJ  
**26.428.219/0001-80**  
INFORME COMUNICAÇÃO  
INTEGRADA S/S LTDA  
SCN QD. 05 BL. A TORRE NORTE SLS. 424/425  
ED. BRASÍLIA SHOPPING - ASA NORTE  
CEP 70715-900 - BRASÍLIA - DF