

RECURSO ADMINISTRATIVO

Concorrência n. 01/2025 – Ministério da Fazenda

Recorrente: Agência FR de Comunicação Ltda.

Recorrida: Mídia Pull Comunicação

Processo n. 19995.002295/2025-98

I. Da tempestividade e do cabimento

O presente recurso é tempestivo como previsto no item 17.2 do edital para impugnação do julgamento da proposta técnica. O item 17.6 do mesmo instrumento assegura efeito suspensivo automático, o que impõe que este recurso seja apreciado antes de qualquer avanço do certame. Encontra amparo ainda no artigo 165 da Lei n. 14.133, de 2021, que garante às licitantes o direito de recorrer de decisões que contrariem o instrumento convocatório ou violem os critérios de julgamento nele instituídos.

Superados os requisitos formais, passa-se à exposição detalhada das razões de mérito.

II. Da metodologia de análise adotada pela recorrente

A equipe técnica da recorrente procedeu a uma análise minuciosa das propostas apresentadas pelas empresas CDN comunicação LTDA, Mídia Pull e Dialogo, confrontando cada trecho com o texto do edital, com o Briefing, com o Apêndice de Produtos e Serviços e com os critérios de avaliação da proposta técnica. Importa registrar que tais achados não são opinião subjetiva, mas resultam de cotejo objetivo entre o que o edital exige e o que a proposta oferece.

A) DA MÍDIA PULL

III. Do sub quesito I – Raciocínio básico e da ausência de compreensão dos objetivos gerais

No que se refere ao raciocínio básico, a análise da recorrente evidenciou que a proposta da Mídia Pull **não incorpora completamente os objetivos gerais delineados no Briefing**. A licitante sequer menciona os objetivos centrais “Criar, implementar e desenvolver uma estratégia de comunicação eficaz e inovadora”, “Informar a população sobre o impacto das



políticas econômicas” e “Disseminar ações e iniciativas bem-sucedidas”, nem se refere a eles de maneira indireta ao longo da proposta.

Em lugar de apresentar uma leitura ampla e integrada do desafio de comunicação institucional do Ministério da Fazenda, a proposta se limita a reproduzir objetivos específicos, isolados do contexto mais abrangente que o edital delineia. O item 2.2.2.1 exige expressamente que o raciocínio básico demonstre compreensão dos objetivos gerais e específicos, articulando-os em uma linha de entendimento consistente. Ao ignorar os objetivos gerais, a proponente suprime justamente o eixo estruturante do raciocínio.

Verificou-se também que a proposta **não traz leitura própria dos desafios de comunicação**. Em vez de interpretar o cenário, contextualizar o papel do Ministério, apontar as tensões comunicacionais e propor um olhar crítico, a licitante apenas repete trechos do próprio edital, sem agregar análise. Raciocínio básico não é reprodução literal de texto, mas construção argumentativa. A ausência de interpretação autônoma revela superficialidade e impede o cumprimento integral do subquesto.

A proponente apresentou uma **compreensão falha sobre o papel da Ascom** do Ministério da Fazenda ao ignorar completamente em seu Raciocínio Básico a responsabilidade pela gestão dos canais proprietários do órgão, o site e suas redes sociais. Os perfis nas redes sociais são um meio eficiente para alcançar a população em geral, além de públicos específicos. O site www.gov.br/fazenda é uma plataforma fundamental para a Ascom desempenhar bem o seu papel.

A Mídia Pull incorreu em **equivocos graves na definição e priorização de públicos-alvo**. Em vez de seguir as segmentações e prioridades indicadas no Briefing, a proponente cria categorias não previstas, como trabalhadores assalariados em geral, formadores de opinião genericamente considerados e outras subdivisões que não constam do instrumento convocatório. Confunde ainda um público secundário – organismos internacionais – com prioritário. Ademais, públicos que centrais para o Ministério, como determinados segmentos diretamente impactados pelas políticas econômicas, não recebem o devido tratamento prioritário. Esse desvio entre o que o Briefing estabelece e o que a proposta apresenta não é pequeno detalhe, mas violação do núcleo do plano, já que a definição adequada de público é premissa para qualquer estratégia eficaz.

Além de não cumprir inteiramente o que pede o edital, a licitante cometeu **erros factuais que denunciam uma compreensão imperfeita do Ministério da Fazenda**, o que, por



óbvio, contamina o plano apresentado. A licitante, por exemplo, atribui ao Ministério da Fazenda competências que não lhe pertencem, tais como: coordenar a elaboração da proposta orçamentária da União (cabe ao Ministério do Planejamento e Orçamento), administração do patrimônio imobiliário da União (Ministério de Gestão e Inovação, por meio da Secretaria de Patrimônio da União) e digitalização de serviços (MGI). Tais erros configuram vício de premissa: quem não compreende o órgão não pode diagnosticar corretamente seus desafios de comunicação.

Esses vícios mostram que **o subquesto I não foi atendido de forma satisfatória** e que a nota atribuída carece de respaldo técnico.

IV. Do subquesto II – Estratégia de comunicação conceitualmente defeituosa e em desacordo com o edital

No subquesto que trata da estratégia de comunicação, a análise técnica da recorrente constatou duas ordens de problemas: erros conceituais e afronta direta ao escopo do edital.

No plano conceitual, a proposta da Mídia Pull confunde elementos de estratégia com ações de campanha. Em vez de apresentar diretrizes gerais, posicionamentos, eixos narrativos e critérios para escolha de táticas, a proposta descreve ações pontuais como se fossem estratégia em si. A consequência é uma estrutura em que o nível conceitual desaparece e tudo se converte em lista de iniciativas fragmentadas. O edital, porém, diferencia claramente o que deve ser avaliado como estratégia e o que deve ser analisado como solução de comunicação. Ao confundir esses planos, a licitante compromete a coerência interna do documento.

Além disso, a Mídia Pull funda sua estratégia para uma campanha sobre Justiça Tributária exclusivamente na isenção do IR até R\$ 5 mil, ignorando que o projeto de lei aprovado inclui outros pilares fundamentais da política do Ministério da Fazenda, como a tributação mínima de altas rendas e a tributação de lucros e dividendos. Também omite a Reforma Tributária, que possui mecanismos de progressividade como o cashback do IBS. A proponente, portanto, simplifica de forma inadequada aquilo que deveria ser explicado, **contrariando o objetivo do Briefing de traduzir políticas públicas complexas com precisão e completude.**



No aspecto da aderência ao escopo, verificou-se que a Mídia Pull inclui em sua estratégia produtos como dashboards de transparência, landing pages de calculadora de imposto de renda e outras **ferramentas digitais que não constam do Apêndice de Produtos e Serviços**. Tais componentes demandariam desenvolvimento tecnológico, equipes de programação e infraestrutura que não integram o objeto desta concorrência. A oferta desses elementos configura extrapolação do edital e, sob a perspectiva jurídica, configura proposta inexecutável, nos termos do artigo 59, inciso VI, da Lei n. 14.133, de 2021. Quando a licitante fundamenta sua estratégia em entregas que o edital não permite contratar, evidencia desconhecimento do escopo e oferece **plano que não pode ser executado no âmbito deste contrato**.

Também se constatou que a proponente não detalha a função tática nem o propósito estratégico das ações listadas — por exemplo: apresenta 72 infográficos, mas não informa conteúdo, canal, objetivo ou público; cita 24 episódios de podcast, mas omite distribuição, formato ou lógica de uso. O edital exige ligação clara entre objetivos, públicos, mensagens e instrumentos — e essa relação não está presente.

Ao deixar de estabelecer vínculos claros entre objetivos, públicos, mensagens-chave e canais, **a proponente não demonstra domínio estratégico do desafio proposto**.

V. Do subquesto III – Solução de comunicação tecnicamente fraca, formalmente irregular e materialmente inexecutável

No subquesto que avalia a solução de comunicação, ou seja, as peças e ações propostas, os achados técnicos da recorrente revelam sucessão de falhas relevantes.

Em primeiro lugar, diversas peças apresentadas pela Mídia Pull não observam critérios básicos de adequação aos canais. A peça concebida para Instagram, por exemplo, utiliza formato que seria cortado na exibição, com perda de conteúdo relevante, além de apresentar texto sem hierarquia visual minimamente organizada. A ausência de hierarquia entre títulos, destaques e corpo de texto prejudica a leitura e dificulta a compreensão. **A proposta demonstra desconhecimento dos padrões técnicos de comunicação digital**.

No que se refere a stories e *quizzes*, a licitante simula recursos interativos por meio de botões desenhados no layout, ignorando as funcionalidades nativas da plataforma. Em vez de utilizar as ferramentas que o próprio aplicativo oferece, a proposta insiste em simular interfaces, o que prejudica a experiência do usuário e compromete os resultados. Também



se constata confusão entre formatos de feed e de stories, com peças desenhadas para um canal, mas apresentadas como se fossem de outro, o que comprova a **falta de domínio sobre as lógicas de consumo de conteúdo**.

Na websérie apresentada como solução, identificam-se problemas de identidade visual. A mistura de cores sem unidade, a troca injustificada de fontes e a ausência de elementos de marca consolidados provocam um conjunto que não transmite robustez institucional. Em comunicação pública, a coerência de marca é requisito decisivo para a construção de confiança. Uma websérie que não apresenta unidade visual consistente não atende ao padrão esperado para comunicação de um Ministério.

Além das falhas técnicas, **há irregularidades formais**, como o uso de caixa alta em trechos em que o edital expressamente proíbe tal prática. Quando o instrumento convocatório estabelece regras de formatação e a licitante as descumpre, ainda que parcialmente, caracteriza-se violação formal do edital que deveria repercutir negativamente na nota.

Há ainda aspectos de inexecuibilidade. A proposta da Mídia Pull promete uma quantidade de relatórios de atendimento à imprensa superior ao limite máximo previsto no Apêndice de Produtos e Serviços. A equipe da recorrente apurou que os números comprometidos superam a capacidade admitida contratualmente: prometem-se 120 relatórios de atendimento de imprensa em seis meses, mas o limite contratual é de 18 por mês, o que somaria, portanto, 108 relatórios. Também são oferecidas pesquisas de opinião e levantamentos que não integram o rol de entregáveis previstos. Ao prometer mais do que o edital permite contratar, **a licitante formula proposta inexecuível no plano numérico e contratual**.

Esses elementos demonstram que, sob o ponto de vista da solução de comunicação, a proposta não apenas é tecnicamente fraca, mas também **formalmente irregular e materialmente inexecuível**. A nota atribuída a esse sub quesito, portanto, deveria ser reduzida consideravelmente.

VI. Do sub quesito IV – Plano de implementação baseado em públicos incorretos e metas desconectadas do Briefing

No que toca ao plano de implementação, a equipe técnica identificou inconsistências quantitativas entre o orçamento, o cronograma e a tabela de produtos, o que impacta a precisão do orçamento apresentado. A proposta menciona números divergentes para



vídeos e podcasts no plano e na planilha, por exemplo. Enquanto no plano, prevê 62 entregas de cada produto, a planilha apresenta um número divergente: 12 entregas de cada para o período. Fica evidente que, **se implementada a proposta do plano, o limite orçamentário não seria respeitado**. Esses erros evidenciam ausência de controle interno e **impossibilidade de execução**. Resta evidente que a extrapolação orçamentária é causa para redução significativa da nota deste subquesto ou mesmo causa para **desclassificação**.

VII. Do vício de motivação no julgamento da Comissão e do uso contraditório da conjunção “mas”

Além dos vícios técnicos da proposta, há um problema central no julgamento realizado pela Comissão que, por si, torna a decisão anulável. No documento oficial de avaliação, ao tratar do relato apresentado pela Mídia Pull, a Comissão consignou a seguinte justificativa, em síntese: o relato teria atendido bem a todos os critérios de avaliação, mas, para alguns resultados, não teria ficado demonstrado que a solução de comunicação contribuiu para o alcance dos objetivos.

A conjunção adversativa “mas” utilizada nesse contexto introduz oposição lógica entre as duas orações. Ao afirmar que o relato atendeu bem aos critérios e, em seguida, reconhecer que não ficou demonstrada a contribuição da solução para o alcance dos objetivos, a Comissão cria uma contradição interna insuperável. Isso porque a demonstração de que a solução contribui para o alcance dos objetivos é precisamente um dos critérios centrais de avaliação previstos no edital. Se essa demonstração não existiu, não é possível afirmar atendimento bom, ou sequer adequado, aos critérios.

Essa contradição se torna ainda mais evidente quando analisamos os dois relatos apresentados pela Mídia Pull, conforme detalhou a equipe técnica:

– No caso de **Santana de Parnaíba**, não foram apresentados prints, links ou comprovações das 100 matérias alegadas; não há dados de engajamento nas redes sociais; não há relação causal demonstrada entre ações e resultados. Assim, o critério “demonstração da relevância dos resultados” não foi atendido.

– No caso de **Osasco**, a Mídia Pull afirma que sua estratégia determinou a compreensão pública do caso como “passional”, mas a reportagem citada contradiz essa narrativa ao



mencionar histórico de comportamento do autor do crime. Não há demonstração de que os resultados decorreram das ações executadas, e não de fatores externos.

A própria Comissão, portanto, reconhece lacunas que impedem a pontuação elevada. A conclusão “a proposta atendeu bem, mas não demonstrou contribuição” é incoerente com o próprio edital, que exige demonstração clara da contribuição da solução para os resultados.

O ato administrativo, para ser válido, precisa ser motivado de forma clara, coerente e compatível com os elementos de fato e de direito que o sustentam. Quando a própria fundamentação expõe uma incompatibilidade entre premissa e conclusão, como aqui se verifica, está configurado vício de motivação. A legislação de regência exige motivação idônea, especialmente a Lei n. 14.133, de 2021, ao tratar da necessidade de justificativa técnica no julgamento de propostas.

A utilização da conjunção adversativa não é mera escolha estilística. Ela revela que a Comissão tem ciência de uma lacuna essencial na proposta, qual seja, a ausência de demonstração da contribuição efetiva da solução para os objetivos, mas, apesar disso, conclui de forma oposta ao que a lógica e o edital exigiriam. A motivação torna-se internamente incoerente e, por isso mesmo, juridicamente inválida.

Em síntese, **a Comissão reconhece que o critério não foi demonstrado** e, ao mesmo tempo, afirma que os critérios foram bem atendidos. Essa contradição compromete a legitimidade da nota atribuída e obriga a Administração a revisar a decisão, seja para readequar a pontuação, seja para refazer o julgamento em bases coerentes com o edital.

VIII. Da imperatividade do edital, da vinculação da Administração e da anulabilidade do julgamento

O edital é o ato que rege integralmente o certame. Possui natureza normativa interna e vincula tanto as licitantes quanto a Administração. O princípio da vinculação ao instrumento convocatório, reafirmado pela Lei n. 14.133, de 2021, impede que a Comissão atribua nota de modo dissociado dos critérios ali fixados ou que considere atendido um requisito que não foi demonstrado.

Quando a proposta não observa os parâmetros do Briefing, não respeita o Apêndice de Produtos e Serviços, oferece entregas inexequíveis, redefine públicos em descompasso



com o edital e apresenta peças tecnicamente frágeis, a conclusão compatível com o edital é a redução significativa da nota ou a desclassificação por inexecuibilidade. Quando, além disso, a Comissão reconhece a ausência de demonstração da contribuição da solução para os objetivos, mas, ainda assim, afirma que o relato atendeu bem aos critérios, evidencia-se ofensa à própria lógica do instrumento convocatório.

Um julgamento que se afasta dessa realidade fática e normativa é ato administrativo viciado. A Administração tem o dever de corrigi-lo, sob pena de ver comprometida a legalidade do certame. A anulabilidade decorre tanto do vício de motivação quanto da violação do edital. A correção da nota e a reavaliação da proposta não são, portanto, atos discricionários, mas medidas que a legalidade impõe.

B) DA CDN COMUNICAÇÕES LTDA

IX. Subquesto I - Termos em Inglês

Ao examinar atentamente o Subquesto I da Proposta Técnica da licitante CDN, constatam-se ocorrências formais que configuram inobservância às exigências do Apêndice IV.

A impropriedade consiste no uso de expressões em idioma estrangeiro, especificamente, “on” e “off record”, sem qualquer tradução ou contextualização.

O edital determina que a Proposta Técnica seja redigida integralmente em língua portuguesa, admitindo-se apenas expressões técnicas padronizadas e universalmente reconhecidas, o que não se verifica no caso.

X. Subquesto I - Comprometimento de Clareza

A Proposta Técnica apresentada pela licitante CDN evidencia, logo nos parágrafos iniciais do Subquesto I – Raciocínio Básico, uma falha estrutural que, embora simples, incide diretamente sobre o critério avaliativo previsto no edital. O texto inicia com longa exposição descritiva sobre o papel institucional do Ministério da Fazenda, suas atribuições macroeconômicas e sua presença no cotidiano dos cidadãos.

O edital, no Apêndice IV, estabelece que o raciocínio básico deve ser avaliado à luz da capacidade da licitante em apresentar ideias de forma objetiva, organizada e coerente, privilegiando a clareza, o foco e a identificação imediata do eixo central da análise. A ausência de síntese compromete a compreensão sequencial do texto e resulta em um início difuso, que não responde ao requisito de clareza mínima exigido para a construção lógica dos argumentos.



C) DA DIÁLOGO

XI. Do Subquesto II – Estratégia de Comunicação Institucional

A proposta apresentada pela licitante revela **falha estrutural relevante**, pois não demonstra compreensão adequada da diferença entre estratégia, compreendida como visão macro responsável por organizar o conjunto da atuação comunicacional, e campanha, que se caracteriza como ferramenta tática de execução. O próprio edital, ao estruturar o Plano de Comunicação Institucional em três etapas – (I) Raciocínio Básico, (II) Estratégia de Comunicação Institucional e (III) Solução de Comunicação Institucional –, evidencia que cada uma desempenha função distinta e complementar, devendo o Subquesto II ocupar o lugar de eixo orientador da proposta, definindo critérios, prioridades e lógica geral de atuação.

Na proposta em exame, contudo, **a licitante confunde a dimensão estratégica com ações táticas específicas**, tratando a campanha segmentada como se fosse a própria estratégia. Campanha é instrumento de execução inserido no âmbito da Solução (Subquesto III), enquanto a Estratégia deve responder, em linha com o edital e o Briefing, às perguntas “o que fazer, quando fazer e como fazer”, articulando de forma conceitual as escolhas que darão coerência ao conjunto das ações. Ao colapsar essas dimensões, a proponente compromete a lógica do Plano de Comunicação como um todo e dificulta a avaliação criteriosa do alinhamento entre diagnóstico, estratégia e solução.

Some-se a isso o fato de que **a Estratégia apresentada é insuficiente e não contempla ações contínuas** que, inclusive segundo a própria proposta, são consideradas “eixo estruturante” da comunicação institucional, como as rotinas de assessoria de imprensa. No Subquesto III, a licitante qualifica essas rotinas como elemento central de sua atuação, mas, paradoxalmente, não lhes dedica qualquer desenvolvimento no Subquesto II, deixando de organizar fluxos, equipes, priorizações, critérios operacionais e mecanismos de resposta. Tal omissão contraria exigência do Briefing relativa ao objetivo específico de “aumentar a taxa de resposta positiva às demandas da imprensa em até 4 horas”, uma vez que a estratégia não indica como pretende estruturar a operação para alcançar essa meta.



A Estratégia, portanto, **não explica como a proponente pretende enfrentar os desafios identificados no próprio Raciocínio Básico**. A etapa que deveria converter diagnóstico em orientação estratégica limita-se a generalidades, sem indicar como superar obstáculos apontados, como assimetrias de informação, necessidade de previsibilidade, integração das áreas de comunicação e redução do tempo de resposta às demandas da imprensa. As ações mencionadas não dialogam com as citações e referências analíticas do Raciocínio Básico e **ignoram o ciclo de reformas econômicas conduzidas pelo Ministério da Fazenda**, o que esvazia a promessa de alinhamento entre contexto, estratégia e execução. Na prática, **a Estratégia apresentada converte-se em mera lista de ações táticas**, sem eixo conceitual claro, em desacordo com o desenho previsto no Apêndice IV.

A proposta ainda incorre em equívocos adicionais ao sugerir metas e instrumentos de mensuração que não se encontram previstos no escopo da concorrência nem na rotina institucional do Ministério da Fazenda. A previsão de “medidas de acuidade de informação” com meta mínima de 75%, a partir de análises de conteúdo da imprensa, não possui diretriz no Briefing nem metodologia definida no edital, o que torna a iniciativa imprecisa e, sob o ponto de vista contratual, inexecutável. Da mesma forma, **a realização de pesquisas sobre “índice de satisfação de serviços do MF em todos os serviços digitais” extrapola a competência da comunicação institucional**, confundindo atribuições de atendimento ao cidadão com funções estratégicas de imprensa e comunicação pública. Nesse aspecto, **a proposta é inexecutável**.

A criação de “painel de avaliação de stakeholders em seis meses” tampouco encontra respaldo no modelo de governança descrito no certame, desconsiderando os limites operacionais da contratação. Ao propor instrumentos que não possuem base normativa, estrutura de coleta compatível ou aderência às atribuições da Pasta, **a licitante demonstra desconhecimento das exigências do item 2.2.1.3 do Apêndice IV**, gerando ações sem pertinência institucional, sem viabilidade técnica e desvinculadas dos objetivos de comunicação definidos pelo Ministério da Fazenda. Em síntese, a Estratégia apresentada não cumpre a função estruturante que lhe é atribuída pelo edital e pelo Briefing, o que deveria repercutir negativamente na pontuação do Subquesto II.

XII. Do Subquesto III – Solução de Comunicação Institucional

No que se refere ao Subquesto III – Solução de Comunicação Institucional, as ações propostas evidenciam um **conjunto sistemático de inconsistências** que, consideradas



em bloco, inviabilizam a adequada avaliação da solução apresentada. As propostas revelam **fragilidades conceituais e metodológicas que afrontam diretamente os critérios do item 2.2.1.3 do Apêndice IV do edital**, especialmente no que toca ao alinhamento com a estratégia, pertinência institucional, compatibilidade com os recursos do Ministério da Fazenda e demonstração de funcionalidade e exequibilidade.

Em diversos pontos, nota-se desconhecimento da rotina e dos protocolos de assessoria de comunicação do Ministério, bem como equívocos relevantes na compreensão de programas estruturantes do órgão. **O Novo Brasil – Plano de Transformação Ecológica é reduzido, na proposta, a uma visão simplificada centrada na “bioeconomia”**, ignorando sua natureza macroeconômica, seu papel de reorganização das bases de desenvolvimento e sua inserção transversal nas políticas fiscal, financeira e produtiva do país. Outras ações atribuídas ao MF, como a vinculação ao Programa de Preços Mínimos ou a determinadas rotinas do Plano Brasil Soberano, desconsideram a repartição de competências entre diferentes órgãos, a exemplo do MDA, Conab, MDIC e BNDES, o que torna as iniciativas inexecutáveis ou dependentes de estruturas alheias à Pasta.

Essas imprecisões afastam a proposta dos parâmetros exigidos pelo edital, produzindo um portfólio de ações que não estabelece vínculo claro com a estratégia, **não dialoga de forma consistente com os desafios e objetivos definidos no Briefing, não demonstra compatibilidade com os recursos institucionais disponíveis e não oferece respostas aderentes às demandas mapeadas no Raciocínio Básico**. Aspectos como funcionalidade e exequibilidade ficam seriamente comprometidos, sobretudo pela inadequação entre o timing sugerido para determinadas ações e a dinâmica real de implementação do Plano de Transformação Ecológica, cujas entregas possuem impactos concretos na vida das pessoas e exigem tratamento comunicacional rigoroso, sob pena de gerar interpretações desfavoráveis.

Em diferentes trechos, ações são classificadas pela própria licitante como “eixo articulador” de sua estratégia, embora não tenham sido minimamente fundamentadas no Subquesto II. Em outros casos, **a proposta atribui ao Ministério da Fazenda responsabilidades que não lhe competem**, como a divulgação de indicadores oficiais sob responsabilidade de outros órgãos (a exemplo do PIB, de competência do IBGE), aproximando a comunicação institucional de um caráter promocional ou mercadológico, o que contraria a natureza técnica, isenta e altamente sensível das informações sob gestão do MF. O próprio Briefing, constante do Anexo III, ressalta que determinadas ações do



Ministério exigem extrema cautela na forma e no momento da divulgação, justamente para evitar ruídos e volatilidade indevida no mercado financeiro.

Por fim, a proposta da Diálogo organiza a comunicação em macroblocos temáticos sequenciais, distribuídos mês a mês, o que **cria atrasos artificiais e incompatíveis com a dinâmica operacional do Ministério da Fazenda**. Essa lógica faz com que temas de alta velocidade, como o Plano de Transformação Ecológica — cujas entregas são constantes, sensíveis e de impacto direto na vida da população — só sejam trabalhados no quinto mês da execução, gerando uma lacuna comunicacional prolongada e absolutamente desconectada das necessidades reais da Ascom/MF. Nesse período, o Ministério continuaria realizando anúncios, atualizações normativas e avanços ambientais sem qualquer tratamento estruturado na proposta da licitante, abrindo **espaço para ruídos e interpretações desfavoráveis** exatamente no setor em que o fluxo informacional é mais intenso. A abordagem sequencial ignora, assim, a natureza contínua das políticas ministeriais e **demonstra desconhecimento das rotinas de comunicação pública em ambiente de alta responsividade**.

Esse descompasso se agrava porque o plano da Diálogo privilegia ações que, por sua própria natureza, exigem longos tempos de produção — séries documentais, acervos colaborativos, webséries verticais, coletivas temáticas e ativações com terceiros — e **não oferece mecanismos de resposta rápida capazes de acompanhar o ciclo diário de notícias**, a atualização constante das agendas do MF ou a necessidade de tradução imediata de temas complexos. Ao combinar uma estrutura lenta com uma programação que reserva temas urgentes para meses específicos, **a proposta cria janelas de silêncio em áreas críticas do MF**, especialmente no que tange às entregas ambientais e econômicas de maior sensibilidade pública. A **ausência de instrumentos mínimos para enfrentar desinformação em tempo real e sustentar narrativas técnicas contínuas** confirma que a abordagem da licitante não dialoga com a velocidade das entregas do Ministério.

Tais equívocos não são meramente conceituais: eles comprometem a exequibilidade das ações, que passam a depender de estruturas, fluxos decisórios ou instrumentos que não existem, não estão previstos no edital ou não pertencem à esfera de atuação da Pasta. Em consequência, **a Solução de Comunicação oferecida não atende, de maneira objetiva, aos itens de alinhamento com a estratégia proposta, pertinência com a natureza do Ministério da Fazenda e com os desafios e objetivos de comunicação estabelecidos no**



Briefing, compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do órgão e funcionalidade e exequibilidade, em afronta direta ao item 2.2.1.3 do Apêndice IV.

À vista desse conjunto de inconsistências, resta configurado que a solução apresentada é insuficiente, tecnicamente inadequada e incapaz de contribuir, nos termos exigidos pelo edital, para o alcance dos objetivos gerais e específicos que orientam a concorrência, o que impõe revisão da pontuação atribuída à licitante no Subquesito III.

XIII - Do Invólucro 2 – Inconsistências na Planilha Orçamentaria

Por fim, cumpre registrar inconsistência objetiva na planilha orçamentária apresentada pela licitante no Invólucro 2, constante das páginas 25 a 34 da proposta de investimento. Ao somar os produtos, as complexidades e as respectivas quantidades indicadas, verifica-se que o valor total informado de R\$ 6.746.311,22 não corresponde ao resultado correto da operação aritmética, que é de R\$ 6.690.670,47. Trata-se de diferença numérica expressiva, incompatível com o grau de rigor esperado em certame dessa natureza e reveladora de ausência de conferência mínima dos cálculos apresentados.

Ademais, no item 3.14, relativo a peça de baixa complexidade, a quantidade planejada (14 unidades) ultrapassa o quantitativo máximo previsto para o ano, qual seja “12 peças ou publicações diagramadas anuais”, em afronta direta aos limites dispostos no Termo de Referência e na matriz de produtos. O descompasso entre o quantitativo proposto e o teto estabelecido pelo edital, somado à inconsistência no valor total da planilha, demonstra falta de aderência às condições econômicas da contratação e descumprimento das exigências de coerência e compatibilidade dos investimentos com as definições do certame.

Esses elementos, ainda que objetivos e de fácil verificação, impactam diretamente a credibilidade da proposta orçamentária e a aderência da licitante às regras de composição de custos previstas no edital, devendo ser considerados por essa Comissão para fins de revisão da pontuação da proponente e da própria conformidade da proposta de preços.

XIV – Da Incoerência da Nota Atribuída e Análise da Comissão

A planilha de avaliação revela uma incongruência evidente entre a nota atribuída à licitante concorrente e a justificativa apresentada pelo avaliador. Embora tenha recebido 9,17, nota



de desempenho praticamente máximo, a justificativa textual registra que “o relato atendeu aos critérios de avaliação, mas teve média complexidade no desafio”.

Tal afirmação é incompatível com a pontuação quase integral. O próprio edital estabelece, no Apêndice IV, que o Subquesto em análise deve ser julgado segundo critérios de complexidade, clareza, fundamentação e capacidade de articulação. Assim, quando o avaliador expressamente reconhece que a proposta apresentou apenas “média complexidade”, há obrigatoriamente redução proporcional de nota, já que o desempenho não se enquadra no padrão de excelência exigido para pontuação máxima.

Não se trata de interpretação subjetiva, mas de fato objetivo: Se a solução é de média complexidade, não há justificativa para nota elevada, pois a matriz avaliativa impõe relação direta entre o grau de complexidade demonstrado e a nota atribuída. A nota adequada para uma entrega “de média complexidade” jamais pode se aproximar do teto. A justificativa, portanto, contradiz o valor atribuído e evidencia erro metodológico que indevidamente favorece a licitante concorrente, violando os princípios da coerência interna da avaliação, objetividade e isonomia.

Trata-se de vício material na aplicação dos critérios do edital, cuja correção exige a revisão imediata da pontuação, com adequação ao nível de complexidade reconhecido pelo próprio avaliador.

XV. Conclusão e pedidos

À vista de todo o exposto ao longo deste recurso, restou demonstrado que a proposta técnica apresentada pela Mídia Pull Comunicação contém vícios materiais e formais de gravidade suficiente para comprometer sua aderência ao edital, ao Briefing e aos critérios de julgamento estabelecidos no Apêndice IV, notadamente quanto ao raciocínio básico, à estratégia de comunicação, à solução de comunicação institucional, ao plano de implementação e à própria planilha orçamentária (Invólucro 2). Evidenciou-se, ainda, contradição entre as justificativas lançadas pela Comissão de Avaliação e as notas efetivamente atribuídas, em afronta aos princípios do julgamento objetivo, da isonomia, da coerência interna da motivação e da vinculação ao instrumento convocatório.

Ficou igualmente demonstrado que a proposta da agência Diálogo apresenta inconsistências relevantes, sobretudo quanto à compreensão das competências institucionais do Ministério da Fazenda, à pertinência das ações sugeridas e ao



atendimento dos critérios previstos no item 2.2.1.3 do Apêndice IV, o que recomenda a revisão acurada da pontuação que lhe foi conferida e a verificação de eventual descumprimento material de exigências editalícias.

Diante desse cenário fático e jurídico, e com fundamento nos artigos 5º, 59, inciso VI, 68 e 165 da Lei nº 14.133/2021, bem como nas disposições do edital e de seus anexos, requer a Recorrente seja conhecido e integralmente provido o presente recurso, para que:

- (i) seja **revista a avaliação técnica realizada**, com a consequente **desclassificação da Mídia Pull Comunicação**, diante do conjunto de falhas de aderência ao escopo, de inexecutabilidade das ações propostas e das inconsistências aritméticas e quantitativas constatadas;
- (ii) sejam reexaminadas, de forma minuciosa, as notas atribuídas à agência **Diálogo**, com **redução proporcional de sua pontuação** e, se confirmada a materialidade dos descumprimentos apontados, decretada igualmente a sua **desclassificação**, nos termos do art. 59, inciso VI, da Lei nº 14.133/2021;
- (iii) seja promovida a reclassificação das licitantes remanescentes, com a adequação da ordem de classificação ao novo cenário resultante da revisão das notas; e
- (iv) seja mantido o **efeito suspensivo** previsto no item 17.6 do edital até a decisão final da autoridade competente, garantindo-se a preservação da legalidade, da isonomia e da segurança jurídica do certame;
- (v) o **conhecimento e o integral provimento deste recurso**;

Nestes termos, pede deferimento.



Alcides de Francisco Ferreira






Página de assinaturas



Alcides Ferreira
Minha organização
Signatário

HISTÓRICO

- 19 nov 2025**
17:50:04  **Gilson Guilhermino Junior** criou este documento. (Empresa: Minha organização, Email: gilson.guilhermino@agenciafr.com.br, CPF: 541.135.807-82)
- 19 nov 2025**
17:52:14  **Alcides De Francisco Ferreira** (Empresa: Minha organização, Email: alcides.ferreira@agenciafr.com.br, CPF: 077.321.458-52) visualizou este documento por meio do IP 187.32.217.56 localizado em São Paulo - São Paulo - Brazil
- 19 nov 2025**
17:52:14  **Alcides De Francisco Ferreira** (Empresa: Minha organização, Email: alcides.ferreira@agenciafr.com.br, CPF: 077.321.458-52) assinou este documento por meio do IP 187.32.217.56 localizado em São Paulo - São Paulo - Brazil

