

**AO MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA
FAMILIAR – MDA POR INTERMÉDIO DA COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO**

PROCESSO Nº 55000.006469/2024-20

CONCORRÊNCIA Nº 90017/2025

A **DIÁLOGO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL**, já devidamente qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no art. 165 da Lei nº 14.133/2021 e nos itens 2.2 e 2.3 do Apêndice II do edital, apresentar **RAZÕES DO RECURSO ADMINISTRATIVO** em face do resultado do julgamento das propostas técnicas, uma vez manifestada expressamente a intenção de recurso, o que faz pelas razões de fato e de direito a seguir delineadas.

SÍNTESE FÁTICA

No dia 9 de outubro de 2025, foi realizada a segunda sessão pública da Concorrência nº 90017/2025, com o objetivo de dar continuidade ao julgamento das propostas da concorrência nº 90000/2025, cujo objeto é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional, referentes à: a) prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber; b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

Na ocasião, a Comissão Permanente de Licitação apresentou as médias finais atribuídas às licitantes. Todas as concorrentes foram habilitadas e tiveram suas pontuações consolidadas. A **Diálogo Comunicação Corporativa e Digital** obteve a maior nota técnica, com **97,1 pontos**, seguida pela **Agência FR de Comunicação (95,4 pontos)**, **Santa Fé Ideias (94,2 pontos)** e **FSB Holding (91,8 pontos)**. A sessão registrou a abertura dos invólucros identificados, a validação das autorias e a divulgação oficial das médias por quesito e subquesito, encerrando-se com a proclamação da Diálogo como **primeira colocada na etapa técnica**.

Contudo, conforme será oportunamente detalhado, alguns pontos de significativa relevância técnica e interpretativa merecem ser revisitados, a fim de assegurar a plena observância dos critérios previstos no edital e a fidedignidade do julgamento técnico.

RAZÕES PARA REVISÃO DAS NOTAS DA DIÁLOGO COMUNICAÇÃO

Com base nas justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica, a Diálogo Comunicação expõe, a seguir, seus fundamentos com vistas à revisão e consequente majoração das notas atribuídas à sua proposta técnica, em estrita observância aos critérios previstos no edital e à fiel aferição do mérito apresentado.

Subquesito 1 (Raciocínio Básico)

Um elemento presente entre as avaliações de integrantes da Subcomissão Técnica sobre a proposta da Diálogo, especificamente em relação a seu Raciocínio Básico, foi a suposta ausência de objetividade no texto. No entanto, o que sugere o texto da Diálogo é uma avaliação que não seja meramente intuitiva ou opinativa. Para evitar esse tipo de superficialidade, a Diálogo ofereceu uma baliza importante como referência, que é exatamente a obra do italiano Stefano

Rolando – fartamente utilizada no Brasil. A proposta de Rolando é, inclusive, visual porque traduz, de forma simplificada, o desenvolvimento da comunicação pública a partir de diferentes graus de amadurecimento e com propostas de melhoria.

A menção a esse modelo de atuação é essencialmente prática – tanto que se materializou depois na forma como as ações foram propostas para o MDA. Estar presente em todos os “andares” e buscar alcançar níveis mais altos é algo concreto e é também um ideal – algo que o Ministério deve buscar realizar.

A articulação entre a obra de Stefano Rolando e a comunicação do MDA ocupa 18 linhas no texto, além da tabela localizada na página 4 – que tem exatamente a clareza de demonstrar como cada “andar” está relacionada às iniciativas específicas (práticas e conhecidas do Ministério). Vale ressaltar ainda que o texto está calçado em exemplos práticos do Ministério. E para além disso, deve-se observar que o Apêndice II do edital, referente ao Julgamento e Apresentação das Propostas Técnicas, que a análise do Raciocínio Básico prevê as seguintes informações:

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação Institucional identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Com todo respeito à Ilustre Subcomissão Técnica, não há avaliação de que a Diálogo tenha falhado na apresentação das características e especificidades do MDA em seu contexto, ou que não tenha apresentado um diagnóstico suficiente sobre as necessidades de comunicação institucional, nem que tenha

compreendido equivocadamente o desafio e os objetivos de comunicação apresentados no Briefing.

Para além disso, o contrário de se utilizar um “framework” ou um modelo denso – capaz de orientar estratégias de comunicação institucional – recairia, aí sim, em simplismo excessivo. A Diálogo optou por apresentar uma proposta tecnicamente mais competente ao Ministério. Vale ressaltar que a teoria ajuda a explicar questões práticas, ou seja, ajuda a sistematizar o conhecimento e a organizar propostas. É ela quem guia a prática. Ao servir como diretriz operacional, ela reforça o arcabouço das propostas. No caso da Diálogo, cada ação ou estratégia mira a ocupação de uma posição no modelo de amadurecimento da comunicação pública. Portanto, orienta para que posições melhores, mais completas e mais elevadas sejam ocupadas – com critérios claros e não com suposições.

Nos termos dos princípios constitucionais e administrativos, exige-se motivação idônea e individualizada para cada ponto de pontuação atribuído. Quando a justificativa se limita a observações genéricas sobre “falta de objetividade” sem fazer a correlação entre o critério do edital e o elemento concreto da proposta, há falha de motivação que compromete a legalidade do ato avaliativo.

Dessa forma, o reconhecimento da consistência metodológica e teórica da proposta da Diálogo não é mera questão de conveniência, mas dever jurídico da Comissão, decorrente da aplicação direta dos princípios da legalidade, da vinculação ao edital e da busca da proposta mais vantajosa para a Administração, conforme art. 11, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

Portanto, a nota de 9,26 não reflete a completude e a aderência da proposta ao edital. Requer-se, assim, a majoração da nota ao patamar máximo (10 pontos), como medida de justiça e coerência técnica, reconhecendo a qualidade do raciocínio e sua aderência integral aos critérios editalícios.

Subquesto 2 (Estratégia de Comunicação Institucional)

No Subquesto 2, a Diálogo, mais uma vez, seguiu à risca as determinações do edital. Recorramos, antes, à previsão do edital para o item 1.3.2:

- a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Institucional;
- b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação Institucional utilizar; que outros ambientes, meios e plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

Em atendimento ao item “a”, a Diálogo recomendou o conceito “Agricultura familiar é cuidar da terra, da nossa gente e do futuro”. Ele foi defendido desde a constituição da frase e da articulação entre as palavras. Demonstrou-se ainda como cada elemento do conceito está vinculado com as ações do Ministério. Por exemplo: a defender o cuidado com a terra, o conceito busca vincular-se às ações do MDA de recuperar terras degradadas – e a importância da agricultura familiar a favor dessa missão –; de promover o manejo sustentável do solo; de aplicar e orientar sobre técnicas de adubação; de incentivar a rotação de culturas, preservando ainda mananciais, matas e florestas; de promover formas de semeadura a favor da biodiversidade; de valorizar a terra a ser repartida por meio da reforma agrária.

Nesta e nas demais explicações sobre o conceito, o detalhamento do argumento sugerido pela Diálogo é calcado em exemplos concretos de ações e programas do Ministério.

Partindo para o item “b” da estratégia, que é a explicação específica das ações e táticas, as ações propostas pela Diálogo foram distribuídas ao longo de 12 meses e divididas em quatro fases distintas. Cada fase está explicitada em sua

tabela, com a especificação das ações, públicos, objetivos, canais e plataformas (discorrendo sobre os recursos), resultados esperados. Todas as diretrizes editoriais estão unificadas e integradas para as quatro fases, buscando consenso da mensagem.

A proposta da Diálogo está ainda em sintonia com os parâmetros técnicos estabelecidos pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, que impõem a adoção de estratégias baseadas em evidências e integradas às políticas públicas de comunicação governamental. O conceito apresentado, portanto, adere ao modelo de comunicação previsto pela norma federal.

Portanto, não resta dúvida que a Diálogo apresentou uma proposta estratégica completa, com clara hierarquia conceitual e lógica de planejamento, plenamente aderente aos critérios previstos no Apêndice II, item 1.3.2, e às alíneas “a” a “e” do item 2.2.1.2 do edital.

Assim, a nota atribuída de 28,83 pontos não reflete o nível de completude, coerência e aderência da proposta. A Diálogo apresentou uma estratégia de comunicação exemplar, cuja profundidade técnica e visão institucional superam amplamente o padrão médio das licitantes, motivo pelo qual se requer sua elevação ao patamar máximo (30 pontos), em respeito aos critérios objetivos do edital.

Subquesto 3 (Solução de Comunicação Institucional)

Neste subquesto, membros da Subcomissão Técnica registraram observação no sentido de que a apresentação das soluções poderia ter sido facilitada caso o material estivesse também em formato impresso. Com a devida venia, importa esclarecer que o edital não estabelece essa exigência específica, limitando-se a definir o conteúdo e os critérios técnicos de avaliação. Assim, a proposta da Diálogo atendeu integralmente às disposições editalícias, não havendo previsão

que restrinja ou condicione a forma de apresentação, em observância ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório previsto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

Deste modo, o apontamento acerca do meio de apresentação do material não pode ensejar a minoração da nota, uma vez que a avaliação deve permear a qualidade do item, o atendimento e aderência a solicitação editalícia e o alinhamento às necessidades do órgão. Se porventura o instrumento convocatório apontasse a maneira de apresentação, ou ao menos houvesse indicação de formato preferencial por meio de esclarecimento, tal conceito permitiria a redução de nota, no entanto, acompanhando a realidade em comento, reduzir a nota da candidata em virtude de critério posteriormente elaborado, ao qual não teve conhecimento ou orientação prévias desvirtua o princípio do julgamento objetivo, indispensável na análise licitatória.

Ainda sobre o Subquesto 3, importante observar que a Diálogo apresentou uma proposta tecnicamente robusta, criativa e absolutamente coerente com a estratégia delineada no Subquesto 2, configurando um dos pontos de maior mérito de sua proposta técnica. As soluções de comunicação institucional não se limitaram a um rol de peças e ações, mas se estruturaram como instrumentos estratégicos de consolidação da narrativa do MDA, respondendo de forma direta e eficaz aos desafios de comunicação identificados no diagnóstico e na estratégia.

Face ao exposto, solicita-se, respeitosamente, a majoração da nota atribuída à Diálogo para o patamar máximo (20 pontos).

Subquesto 4 (Plano de Implementação)

Neste subquesto, as justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica indicam que a avaliação considerou aspectos relacionados à forma de apresentação do plano. Cumpre esclarecer, contudo, que o edital não estabelece modelo ou formato específico para essa apresentação, limitando-se a exigir o

conteúdo técnico indispensável, o que foi integralmente atendido pela Diálogo. De acordo com o Apêndice II, o item 1.3.4 prevê a apresentação de informações concretas, como:

“a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação Institucional, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação Institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.”

A proposta da Diálogo cumpre fielmente essas exigências, apresentando informações completas, claras e objetivas, em estrita observância ao instrumento convocatório. Cabe ressaltar que as informações sobre cronograma, por exemplo, foram apresentadas tanto na forma de texto (como uma síntese geral) quanto na forma de planilha ricamente detalhada, em nome da completude das informações solicitadas pelo edital. Diferenciais de cores foram adotadas para favorecer a identificação de aplicação das ações.

No que se refere ainda ao Plano de Implementação, a Diálogo reafirma sua superioridade técnica ao apresentar um documento metodologicamente organizado, encadeado e plenamente aderente às exigências editalícias. O plano demonstra visão sistêmica e integração entre estratégia, soluções e execução, com cronograma estruturado por fases e correspondência direta entre ações, produtos e resultados esperados, além de evidenciar a otimização dos recursos orçamentários e a clareza na definição de marcos de entrega e acompanhamento.

Trata-se, portanto, de uma proposta que traduz a estratégia em um percurso concreto e verificável, assegurando exequibilidade, controle e eficiência na implementação, em contraste com o caráter genérico observado nas demais licitantes, cujos planos mostraram-se fragmentados e sem correlação direta com os subquesitos anteriores, contrariando os critérios das alíneas “a” e “b” do item

2.2.1.4 do Apêndice II. Assim, o plano apresentado pela Diálogo não apenas cumpre rigorosamente as exigências do edital, mas configura referência de qualidade técnica, evidenciando maior capacidade de planejamento, coordenação e entrega de resultados concretos para a comunicação institucional do MDA.

Diante dos fatos, a Diálogo, respeitosamente, solicita a revisão e majoração de sua nota para a pontuação máxima (20 pontos).

DO DESCUMPRIMENTO FORMAL E MATERIAIS DAS ORIENTAÇÕES EDITALÍCIAS PELA AGÊNCIA FR DE COMUNICAÇÃO

Antes mesmo da análise de mérito das notas atribuídas, é indispensável registrar que a Agência FR de Comunicação incorreu em descumprimento direto das orientações formais do edital, o que impõe sua desclassificação da fase técnica, nos termos do item 1.2 do Apêndice II, que dispõe expressamente sobre as condições de apresentação do Plano de Comunicação Institucional, Via Não Identificada.

O edital determina, de forma clara e inequívoca, que:

- “1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:
- a) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², orientação retrato;
 - b) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, alinhamento justificado do texto;
 - c) espaçamento de 3 cm na margem esquerda, 3 cm na direita, 2,5 cm superior e 2,5 cm inferior a partir das respectivas bordas;
 - d) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

- e) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, no tamanho 12 pontos;
- f) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- g) sem identificação da licitante.”

Conforme registrado na ata da sessão e amplamente constatado durante a abertura dos invólucros, a proposta da Agência FR de Comunicação não observou tais exigências, tendo sido apresentada com capa plástica e encadernação espiralada, destoando frontalmente do formato e da materialidade previstos no edital, que necessariamente vincula à todas as licitantes.

Tal prática constitui violação direta ao item 1.2, alínea “a”, uma vez que a capa e a contracapa não poderiam, em hipótese alguma, ser confeccionadas em material plástico ou distinto do papel A4 branco, gramatura 90 g/m², exigido como padrão uniforme para todas as proponentes. A adoção de capa plástica ou outro material superior altera não apenas o formato, mas também a apresentação física do plano, conferindo aparência de maior robustez e valorização estética indevida, quebrando a isonomia entre licitantes e violando o princípio do julgamento objetivo.

A Lei nº 14.133/2021, em seu art. 5º, estabelece que:

“Na aplicação desta Lei serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao

instrumento convocatório, do julgamento objetivo e da segurança jurídica.”

O art. 17 da mesma lei reforça:

“O julgamento das propostas observará os critérios objetivos definidos no edital, de modo a assegurar tratamento isonômico entre os licitantes e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.”

Dessa forma, ao aceitar documento apresentado com características físicas em desconformidade com o modelo imposto pelo edital, a Comissão incorre em violação direta dos princípios da vinculação ao instrumento convocatório e da isonomia, comprometendo a comparabilidade das propostas e o próprio julgamento objetivo.

Importante notar que o formato de apresentação não é aspecto meramente estético: o edital, ao padronizar material, formato e gramatura, busca exatamente impedir diferenciações visuais que possam influenciar a percepção dos avaliadores quanto à qualidade do conteúdo técnico. Ao desobedecer a essa padronização, a Agência FR rompeu a neutralidade exigida para a fase técnica, pois sua proposta, visualmente distinta, permitia identificação da licitante, contrariando também a alínea “g” do item 1.2, que expressamente veda qualquer forma de identificação na via técnica.

Em razão desse conjunto de irregularidades, a proposta da Agência FR de Comunicação deve ser desclassificada da etapa técnica, nos termos do item 2.5. “a” do próprio Apêndice II, que dispõe que a proposta poderá ser desclassificada caso não atenda às exigências do edital, e especialmente caso apresente qualquer fator identificável, colha-se:

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;

De igual modo a jurisprudência pátria, em uníssono, aplica a pena de desclassificação em caso de identificação da via não identificada, observe-se a solução aplicada em caso análogo:

EMENTA: ADMINISTRATIVO. AGRAVO DE INSTRUMENTO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. LEI Nº 12.232/2010. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA. VIA NÃO IDENTIFICADA. DESATENDIMENTO À PADRONIZAÇÃO DISPOSTA NO EDITAL DO CERTAME. POTENCIAL IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE. REQUISITO DE VALIDADE DA PROPOSTA. RECURSO DESPROVIDO. DECISÃO UNÂNIME.**

1. A contratação de serviços de publicidade por qualquer ente da Administração Pública, direta ou indireta, no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, encontra-se regida pela Lei nº 12.232/2010.

2. Legislação de regência que foi, claramente, pensada para que haja, na primeira sessão pública, a apresentação inicial por cada licitante do envelope com o “PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA”, recepcionado pela Comissão de Licitação e posteriormente entregue para a subcomissão especial, que o avaliará reservadamente, de modo isento, mediante critérios objetivos de pontuação, sempre sem conhecimento da autoria, sendo significativo notar que os membros desta subcomissão sequer participam da sessão de licitação, daí por que não acompanham a abertura dos envelopes.

3. Padronização exigida para apresentação das propostas que decorre da imperiosa necessidade de se preservar a impessoalidade e o sigilo para fins de apreciação da subcomissão técnica, notadamente com o objetivo de evitar o

eventual beneficiamento de algum licitante em detrimento dos demais, revelando-se, claramente, requisito essencial à validade da proposta.

4. Licitante que, na espécie, ao apresentar o material encadernado, em evidente desconformidade com a formatação exigida pelo edital do certame, que previu a apresentação das peças em questão “separadamente (soltas)”, permitiu, em potencial, a sua identificação e, por conseguinte, a quebra do sigilo necessário àquela fase, malferindo, além do instrumento convocatório do certame, o disposto no art. 6º, XII e XIII da Lei nº 12.232/2010.

5. Agravo de Instrumento desprovido, à unanimidade. (agravo de instrumento nº 0006803-48.2022.8.17.9000, Tribunal de Justiça do Estado de Pernambuco, 1ª Câmara Direito Público – Recife, Data de julgamento: 25/10/2022).

O caso em comento, inclusive guarda vício idêntico ao praticado pela Agência FR, que por sua vez merece igual desclassificação, não se admitindo a análise ampliada e expansiva do rol taxativo exposto no item 1.2 do apêndice II do edital.

Diante da infração que afeta a igualdade de julgamento, difere profundamente do formato oficial determinado pelo edital, e ainda acresce pen-drive que não é modalidade listada pelo rol expresso e taxativo do item. 1.2 do apêndice II, requer-se o reconhecimento do descumprimento formal e material das orientações editalícias, e a evidente inclusão de diferenciação e formato identificável pela Agência FR de Comunicação, com a consequente e necessária desclassificação de sua proposta técnica, em observância aos arts. 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021, e ao item 1.2, 2.5 “a” e 2.5.1 do Apêndice II do edital.

RAZÕES PARA REVISÃO DAS NOTAS DA AGÊNCIA FR DE COMUNICAÇÃO

Passa-se à análise das propostas concorrentes à luz dos mesmos critérios objetivos: quando a documentação apresentada pela concorrente diverge

objetivamente dos requisitos do Apêndice II e tal divergência está evidenciada nas fichas ou nos documentos entregues, é obrigatório o desconto proporcional na nota ou, se for o caso, a desclassificação prevista no próprio edital. A manutenção de notas elevadas sem justificativa documental fere a isonomia do certame.

Subquesto 1 (Raciocínio Básico)

Neste subquesto, a Agência FR de Comunicação obteve 8,83 pontos de um total possível de 10. Entretanto, ao examinar o Raciocínio Básico apresentado, especialmente no que se refere à alínea “c” do item 1.3.1 do Apêndice II, que exige da licitante a compreensão efetiva do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, observa-se que a proposta da FR não demonstra a profundidade analítica esperada nem estabelece uma relação clara com o contexto institucional e os objetivos estratégicos do MDA. Ou seja, a proposta não interpreta de forma consistente os objetivos de comunicação delineados no Briefing, tampouco demonstra capacidade de transformá-los em diretrizes estratégicas. Não há, portanto, relação causal entre os desafios identificados e as soluções comunicacionais sugeridas, o que enfraquece o raciocínio técnico e o reduz a um exercício descritivo.

A ausência de aderência entre o conteúdo apresentado e as exigências do edital revela a fragilidade estrutural da proposta e a falta de capacidade da licitante para atender adequadamente à Administração. Quando a empresa não demonstra compreender o desafio de comunicação proposto nem traduzir o briefing em diretrizes concretas, resta evidente que não domina o objeto licitado. Essa deficiência ultrapassa a mera limitação redacional: indica desconhecimento do funcionamento institucional do MDA e incapacidade de oferecer soluções alinhadas à política de comunicação pública que a Administração busca implementar.

Em licitações dessa natureza, o raciocínio básico é o alicerce de toda a estratégia. A proposta que falha nessa etapa compromete todas as demais, pois sem

diagnóstico coerente não há planejamento, cronograma ou execução que se sustente. A FR, ao apresentar um texto genérico, descolado do contexto e sem interpretação efetiva das metas de comunicação institucional, demonstra inaptidão técnica para compreender e traduzir as necessidades do contratante, o que inviabiliza a prestação de serviço eficaz, fere o princípio da vinculação ao instrumento convocatório (art. 5º da Lei nº 14.133/2021) e afasta a proposta do objetivo maior da contratação: comunicar com clareza, seriedade e propósito as ações do Estado brasileiro.

Outro ponto de fragilidade é a ausência de uma metodologia analítica que sustente as interpretações apresentadas. A FR não recorre a nenhum modelo teórico, framework ou referência técnica que organize o raciocínio e permita compreender o desenvolvimento lógico de suas conclusões. Essa lacuna metodológica é particularmente relevante quando comparada à proposta da Diálogo Comunicação, que fundamenta seu raciocínio no modelo de Stefano Rolando, reconhecido internacionalmente por traduzir a maturidade da comunicação pública em níveis concretos de atuação. A Diálogo, portanto, demonstra domínio conceitual e aplicação prática, enquanto a FR apresenta uma argumentação fragmentada, baseada em percepções intuitivas, sem sistematização técnica.

Diante disso, a nota de 8,83 atribuída à FR neste sub quesito mostra-se desproporcional e carece de revisão, uma vez que o conteúdo apresentado não evidencia domínio técnico, compreensão do objeto contratual nem capacidade de análise estratégica condizente com o nível de exigência estabelecido pelo certame.

Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Institucional

A Agência FR de Comunicação obteve 28,03 pontos neste subquesito, pontuação que não se sustenta diante da análise minuciosa do conteúdo apresentado. A proposta não configura uma estratégia de comunicação institucional, nos moldes

exigidos pelo item 1.3.2 do Apêndice II do edital, que determina a apresentação de uma linha temática e conceitual integradora, acompanhada de fases, públicos, meios, diretrizes editoriais e resultados esperados.

Não há definição de eixos estratégicos nem estruturação das ações em etapas temporais ou temáticas que justifiquem o horizonte de 12 meses do plano. A FR apresenta uma lista de ações e produtos de comunicação, agrupados de modo genérico, sem hierarquia entre objetivos, táticas e resultados. A ausência de qualquer divisão por fases, macroeixos ou momentos da campanha impede a compreensão de como as ações se encadeiam ao longo do tempo e como evoluem de uma etapa de sensibilização para outra de engajamento e consolidação (aspecto central do planejamento comunicacional).

A proposta não indica o porquê de cada ação, tampouco a lógica de transição entre elas. Assim, a suposta “estratégia” não ultrapassa o nível tático-operacional, carecendo de raciocínio conceitual e de encadeamento lógico, o que contraria o princípio da coerência interna previsto nas alíneas “a” a “e” do item 2.2.1.2 do edital.

A fragilidade se acentua na tentativa da FR de sustentar sua metodologia com base no modelo 5A. O modelo, originalmente concebido para o marketing relacional, descreve o percurso de engajamento de um público com uma marca ou instituição - da descoberta inicial até a fidelização. No entanto, a FR aplica o 5A de forma literal, limitando-se a alocar suas ações sob cada uma das letras do acrônimo, sem explicar como o público transitaria entre as etapas ou quais seriam os mecanismos de estímulo e consolidação da relação entre o MDA e a sociedade. Essa aplicação superficial do modelo compromete o valor metodológico da proposta. A FR não demonstra entendimento conceitual do 5A nem o adapta ao contexto da comunicação pública, no qual o objetivo não é “converter” cidadãos, mas promover pertencimento e engajamento social. Ao transpor o modelo mercadológico sem interpretação, a FR reduz o processo de

comunicação do MDA a uma lógica promocional, o que contraria o caráter institucional exigido no edital.

Outro ponto crítico é a ausência de mensuração e indicadores de desempenho. Essa indefinição impossibilita aferir a exequibilidade e o impacto da proposta, configurando descumprimento parcial do item 1.3.2, alínea b, e das diretrizes de julgamento do item 2.2.1.2.

Os critérios apresentados pela FR são rasos, genéricos e desprovidos de plano de execução mensurável, o que inviabiliza a compreensão de sua aplicação prática e compromete a utilidade administrativa do projeto. Em termos objetivos, trata-se de um plano que não se converte em ação: um conjunto de intenções desarticuladas, incapazes de produzir resultados verificáveis ou aferíveis, conforme exigido pelo próprio edital. O resultado é um projeto que, embora formalmente apresentado, não sai do papel, representando risco de contratação de uma estrutura onerosa, mas destituída da organização, seriedade e metodologia que o serviço público demanda.

A ausência de métricas, cronogramas e indicadores de desempenho impede o controle de resultados e viola o dever de eficiência previsto no art. 11, da Lei nº 14.133/2021, que impõe à Administração a busca da proposta mais vantajosa em termos de qualidade e efetividade do objeto. Projetos dessa natureza, quando implementados, não apenas desperdiçam recursos, mas prejudicam a credibilidade institucional do órgão contratante, pois inviabilizam o acompanhamento de entregas e a mensuração de impactos.

Em se tratando de comunicação institucional, a deficiência é ainda mais grave. O papel desse serviço é comunicar à sociedade os valores, a missão e a estrutura de atuação da Administração Pública. Um plano tecnicamente imaturo, sem metas ou indicadores, produz efeito inverso: dilui a mensagem institucional, fragiliza a imagem pública do órgão e compromete a seriedade e sobriedade que devem caracterizar a comunicação governamental.

Sob o ponto de vista jurídico, a falta de mensurabilidade e a ausência de mecanismos de controle configuram descumprimento material do edital e afronta aos princípios da legalidade, da eficiência e da vinculação ao instrumento convocatório, previstos nos arts. 5º e 11 da Lei nº 14.133/2021. Uma proposta que não possibilita aferição objetiva de resultados não pode receber pontuação próxima à máxima, sob pena de desvirtuar o julgamento técnico e comprometer a legitimidade do certame.

Diante disso, a nota de 28,03 pontos, próxima à pontuação máxima, não se justifica à luz dos critérios técnicos e legais. A proposta da FR descumpre parcialmente o item 1.3.2 e as alíneas “a”, “b”, “d” e “e” do item 2.2.1.2 do Apêndice II, razão pela qual se requer a revisão e consequente redução de sua pontuação, em observância aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, isonomia e julgamento objetivo, previstos nos arts. 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021.

Subquestito 3 – Solução de Comunicação Institucional

A Agência FR de Comunicação obteve 19,53 pontos de um total de 20 neste subquestito, pontuação que se revela desproporcional à qualidade técnica e à aderência de sua proposta às exigências do edital. Conforme o item 1.3.3 e as alíneas do item 2.2.1.3 do Apêndice II, caberia à licitante apresentar ações e/ou peças de comunicação alinhadas à estratégia proposta, demonstrando diversidade de meios, adequação aos públicos, função tática e exequibilidade.

Entretanto, o conjunto apresentado pela FR é limitado em volume, amplitude e coerência interna. A proposta contém poucas ações para um plano de 12 meses, com um portfólio restrito e sem estrutura de continuidade. As peças descritas aparecem como ações isoladas, sem encadeamento narrativo ou cronológico, e não há qualquer indicação de fases, eixos temáticos ou linhas de articulação entre os produtos, o que inviabiliza a leitura de uma estratégia integrada.

Em termos de coerência interna, a FR não demonstra relação de alinhamento entre estratégia e soluções, requisito expressamente previsto na alínea “a” do item 2.2.1.3. Como o próprio subquesto 2 carece de estrutura estratégica, a solução apresentada torna-se uma extensão do problema anterior - um conjunto de ações desarticuladas, sem base conceitual ou lógica de progressão.

Dessa forma, a nota de 19,53 pontos é tecnicamente incompatível com o conteúdo entregue, considerando a fragilidade conceitual, a limitação do escopo e a ausência de critérios mínimos de planejamento estratégico. O conjunto não demonstra exequibilidade nem diversidade de interpretações favoráveis (alíneas “a”, “b”, “e” e “g” do item 2.2.1.3).

Diante do exposto, requer-se a revisão e consequente redução da pontuação atribuída à Agência FR neste subquesto, por descumprimento parcial dos critérios de julgamento, e em observância aos princípios da vinculação ao edital, da isonomia e do julgamento objetivo, conforme os arts. 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021.

Subquesto 4 – Plano de Implementação

O plano da FR obteve 19,33 pontos (de um total de 20), mesmo não apresentando cronograma detalhado, marcos de entrega ou relação entre equipe e produtos. O orçamento é genérico e não demonstra otimização dos recursos, contrariando o item 1.3.4 do Apêndice II do edital.

Além disso, observa-se erro grave na forma de estruturação do Plano de Implementação, que demonstra baixa organização e evidente desalinhamento em relação às ações apresentadas no Subquesto 3 (Solução de Comunicação Institucional). A FR optou por apresentar cronograma e orçamento organizados por Produtos e Serviços, e não por fases ou etapas correlatas às soluções estratégicas, como determinam o edital e o próprio Apêndice II.

Essa opção metodológica impediu a Subcomissão Técnica de avaliar adequadamente a coerência entre os dois subquesitos, inviabilizando a verificação da correlação entre planejamento, prazos e alocação de recursos, exigida nas alíneas “a” e “b” do item 2.2.1.4 do Apêndice II do Anexo I do edital. Ademais, a FR descumpriu o disposto nos itens 1.3.4 e 1.3.4.2, que determinam expressamente que todas as ações e/ou peças de comunicação institucional apresentadas na relação do Subquesito 3 devem estar refletidas, de forma correspondente, no cronograma e no orçamento do Plano de Implementação.

Tal desconformidade não constitui falha meramente formal, mas violação substancial das exigências editalícias, uma vez que compromete a comparabilidade entre as propostas e afasta o julgamento objetivo. Ao apresentar estrutura incompatível com o modelo previsto, a FR infringe os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia e do julgamento objetivo, previstos nos arts. 3º, 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021, bem como no art. 37, XXI, da Constituição Federal.

Nos termos do item 2.5.1 do Apêndice II, poderá ser desclassificada a proposta técnica que não atender às exigências do edital, a depender da gravidade da ocorrência, sendo passíveis de relevação apenas aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e a competitividade da licitação. Não é o caso da FR, cuja falha compromete diretamente a coerência interna do Plano de Comunicação Institucional e a aderência aos critérios técnicos e formais de julgamento.

Diante disso, conclui-se que o erro constatado configura hipótese de desclassificação técnica, por descumprimento material das exigências editalícias do Subquesito 4, devendo, no mínimo, ensejar a revisão substancial da nota atribuída (19,33 pontos), sob pena de afronta à vinculação ao edital e à objetividade do julgamento.

RAZÕES PARA REVISÃO DAS NOTAS DA SANTA FÉ

Subquesto 1 (Raciocínio Básico)

Em relação ao Subquesto 1 (Raciocínio Básico), é possível notar que o diagnóstico de comunicação institucional apresentado se baseou fortemente em menções em meios digitais – inclusive sem especificar qual a fonte de dados utilizadas para obtenção dessas menções –, onde foi dada maior ênfase à comunicação digital em detrimento da comunicação institucional, não sendo apresentados dados específicos sobre publicações de conteúdos do MDA em jornais, revistas, TVs e rádios, por exemplo.

Essa característica, que vai no caminho inverso da expectativa do edital, inclusive foi devidamente apontada por uma pessoa membro da Subcomissão Técnica, o que levou à redução de 1,5 ponto na nota do Subquesto (8,5/10). Em suma, o diagnóstico apresentado não possibilita que a licitante chegue à conclusão de ações necessárias para a elaboração de uma estratégia de comunicação institucional, já que não há um entendimento claro das necessidades dos diferentes tipos de veículos de comunicação.

Por tal, sugere-se uma reavaliação a menor das notas dadas pelas demais pessoas membros da Subcomissão Técnica, a fim de identificar corretamente identificar esse gap de conteúdo extremamente relevante para dar base a todo o Plano elaborado, correndo o risco de se mostrar ineficaz e ineficiente.

Subquesto 2 (Estratégia de Comunicação Institucional)

Em relação ao Subquesto 2, verifica-se que a proposta da Santa Fé Ideias incorre em vício conceitual grave ao confundir comunicação institucional com comunicação digital, estabelecendo um plano que, em sua quase totalidade, se limita a ações de marketing e divulgação em redes sociais. Essa abordagem contraria frontalmente o escopo da contratação e o que expressamente determina

o edital, cujo objeto é a comunicação institucional — e não a comunicação digital, publicitária ou promocional.

A Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 12 de janeiro de 2023, estabelece, em seu art. 14, que é vedada a mescla, em um mesmo instrumento contratual, de serviços de comunicação institucional com serviços de comunicação digital, ressalvados apenas os casos em que o edital delimite, de forma autônoma, a natureza e a entrega de cada componente. Note-se:

Art. 14. Fica vedado a licitação para a contratação de mais de um dos serviços especificados no art. 1º, reunidos em um único objeto, para a execução por única empresa ou consórcio de empresas ao órgão ou entidade responsável pela licitação.

Essa vedação decorre da distinção técnica entre as duas modalidades: enquanto a comunicação institucional visa à consolidação da imagem e da identidade pública de órgãos e entidades, a comunicação digital compreende a gestão de canais, plataformas e fluxos de interação em ambientes virtuais, com lógica e finalidades diferentes.

O objetivo da norma é preservar a coerência técnica e evitar a sobreposição indevida de competências, garantindo que cada contrato de comunicação pública tenha propósito único, foco institucional e clareza quanto aos meios e resultados esperados. Essa separação não é meramente formal: decorre do princípio da especialização técnica, que norteia a atuação da Secretaria de Comunicação da Presidência da República e dos órgãos que seguem seus modelos normativos, impedindo que um mesmo projeto seja construído sobre bases conceituais divergentes.

Ao concentrar a quase totalidade de sua estratégia em ações de redes sociais, conteúdos digitais e publicidade segmentada, a Santa Fé demonstra

desconhecimento do objeto licitado e da natureza do serviço público pretendido. Em uma licitação para serviços de comunicação institucional, o plano deve se ancorar na política de comunicação pública, voltada à divulgação de políticas governamentais, à transparência e à relação do Estado com a sociedade, e não em métricas de engajamento digital, típicas de comunicação de mercado.

Essa confusão conceitual compromete a aderência da proposta ao edital e impede sua correta avaliação à luz dos critérios técnicos estabelecidos. O edital exige a apresentação de estratégia de comunicação institucional, com definição de eixos temáticos, públicos, mensagens-chave e resultados mensuráveis, todos voltados ao fortalecimento da imagem pública do órgão contratante. Ao apresentar proposta que se concentra em estratégias digitais, a Santa Fé afasta-se do núcleo do objeto, violando o princípio da vinculação ao instrumento convocatório (art. 5º da Lei nº 14.133/2021) e incorrendo em vício de conteúdo técnico que não pode ser relevado.

A desconformidade é agravada pelo fato de que a própria Subcomissão Técnica reconheceu a predominância do enfoque digital na proposta da Santa Fé, mas aplicou reduções de pontuação desiguais entre os avaliadores, destacando um desconto de 3,5 pontos (26,5/30) e outros de apenas 1,6 ponto (28,4/30), revelando ausência de uniformidade e de julgamento objetivo.

Diante de violação expressa ao art. 14 da IN SECOM/PR nº 1/2023 e do desvio do objeto técnico, impõe-se o reconhecimento de que a proposta se encontra em desconformidade com o edital, por não compreender adequadamente a natureza institucional da comunicação a ser prestada à Administração Pública, e a consequente desclassificação da candidata, ou subsidiariamente, a reavaliação substancial da nota atribuída à Santa Fé.

Subquesto 3 (Solução de Comunicação Institucional)

Em relação ao Subquesto 3, a Santa Fé apresenta poucas ações para um plano de 12 meses, sem explicitar seus objetivos, públicos, canais de veiculação ou resultados esperados. Não há clareza quanto à função tática de cada peça, nem correspondência com a estratégia. Trata-se de um documento tecnicamente frágil, que não atende integralmente aos critérios previstos no item 2.2.1.3 do edital.

Portanto, a nota elevada atribuída à Santa Fé não se justifica sob o ponto de vista técnico, uma vez que o conteúdo apresentado não traduz um planejamento estratégico de comunicação institucional, mas apenas uma listagem de ações genéricas e desconectadas dos objetivos do MDA. Em observância aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e da isonomia, previstos nos arts. 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021, impõe-se a revisão e consequente redução da pontuação atribuída à Agência Santa Fé neste item da avaliação técnica.

Subquesto 4 (Solução de Comunicação Institucional)

No que se refere ao Subquesto 4, a proposta apresentada pela Santa Fé apresenta deficiências significativas de organização, encadeamento e aderência ao edital, configurando descumprimento parcial dos critérios estabelecidos no item 1.3.4 do Apêndice II, que exige a apresentação de um plano contendo:

- a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações, com os respectivos públicos e períodos; e
- b) orçamento detalhado, com valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em sua execução técnica.

Embora a proposta faça menção a prazos e entregas, não há estruturação clara de fases ou marcos temporais, nem relação direta entre as ações descritas no subquesto anterior e o cronograma apresentado. O documento limita-se a listar produtos e etapas de forma genérica, sem demonstrar coerência lógica entre

planejamento, execução e resultados esperados. Trata-se, na prática, de um quadro de intenções, e não de um plano de implementação propriamente dito.

Tampouco o plano estabelece correlação entre equipe técnica, entregas e prazos, o que impossibilita avaliar a capacidade operacional da proposta. A ausência de detalhamento sobre responsabilidades e a falta de correspondência entre o cronograma e o orçamento configuram fragilidade metodológica e de gestão, incompatível com a natureza de um contrato de comunicação institucional de grande porte e abrangência nacional.

Além disso, a Santa Fé incorre no mesmo erro verificado na proposta da Agência FR de Comunicação: apresenta o cronograma e o orçamento organizados por produtos e serviços, e não por fases de execução correlatas às soluções estratégicas. Essa escolha impede a verificação da coerência entre o plano de implementação e o conjunto das ações propostas, contrariando diretamente as alíneas “a” e “b” do item 2.2.1.4 do Apêndice II, que exigem clareza na relação entre planejamento, prazos e alocação de recursos.

Ademais, a Santa Fé descumpriu o disposto nos itens 1.3.4 e 1.3.4.2, que determinam expressamente que todas as ações e/ou peças de comunicação institucional apresentadas na relação do Subquesto 3 devem estar refletidas, de forma correspondente, no cronograma e no orçamento do Plano de Implementação. Tal desconformidade não constitui falha meramente formal, mas violação substancial das exigências editalícias, uma vez que compromete a comparabilidade entre as propostas e afasta o julgamento objetivo. Ao apresentar estrutura incompatível com o modelo previsto, a Santa Fé infringe os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia e do julgamento objetivo, previstos nos arts. 3º, 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021, bem como no art. 37, XXI, da Constituição Federal.

Nos termos do item 2.5.1 do Apêndice II, poderá ser desclassificada a proposta técnica que não atender às exigências do edital, a depender da gravidade da

ocorrência, sendo passíveis de relevação apenas aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e a competitividade da licitação. Não é o caso da Santa Fé, cuja falha compromete diretamente a coerência interna do Plano de Comunicação Institucional e a aderência aos critérios técnicos e formais de julgamento.

Destaca-se ainda que o cronograma prevê praticamente todas as ações realizadas em 12 meses, com elas sendo implementadas no mês 1, ativadas no mês 2 e concluídas no mês 12, o que reforça seu descumprimento da alínea “a” do item 2.2.1.4 do Apêndice II do Anexo I do edital.

Outro problema no cronograma diz respeito ao produto 1.3 Criação de Mailing Nacional que apresenta conclusão no mês 6 e nova implementação a partir do mês 7, não havendo justificativa para a criação de um novo mailing a cada seis meses, o que reforça, principalmente, seu descumprimento da alínea “b” do item 2.2.1.4 do Apêndice II do Anexo I do edital. Ainda no cronograma, o produto 3.6.1 Projeto Gráfico, traz duas linhas de execução que não são explicadas, com prazos diversos.

Outro aspecto crítico é que o plano não prevê mecanismos de monitoramento, controle ou avaliação de desempenho, inexistindo qualquer menção a indicadores, relatórios ou formas de acompanhamento. Essa lacuna compromete a aferição dos resultados e inviabiliza o cumprimento dos princípios da economicidade e da transparência que regem a execução contratual no âmbito da Lei nº 14.133/2021.

Dessa forma, o chamado “plano” apresentado pela Santa Fé não configura um instrumento técnico de execução, mas um anexo ilustrativo e incompleto, que repete informações superficiais do texto principal e não oferece segurança quanto à exequibilidade das ações. A proposta, portanto, não atende integralmente às exigências do edital e carece de consistência operacional.

Assim, a nota atribuída à Santa Fé neste subquesto mostra-se incompatível com o conteúdo efetivamente apresentado, devendo ser revista em respeito aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo, previstos nos arts. 5º e 17 da Lei nº 14.133/2021. Conclui-se também que o erro constatado configura hipótese de desclassificação técnica, por descumprimento material das exigências editalícias do Subquesto 4, devendo, no mínimo, ensejar a revisão substancial da nota atribuída (18,96 pontos), sob pena de afronta à vinculação ao edital e à objetividade do julgamento.

RAZÕES PARA REVISÃO DAS NOTAS DA FSB

Subquesto 1 (Raciocínio Básico)

As próprias justificativas constantes nas fichas de avaliação da Subcomissão Técnica revelam que a licitante FSB não demonstrou compreensão adequada sobre o papel institucional do MDA nem sobre a natureza e os objetivos da agricultura familiar - núcleo central do objeto contratual. Cabe destacar que o edital, ao tratar do subquesto em questão, estabelece como critério essencial “a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação” (Apêndice II, item 1.3.1).

Ora, se os próprios avaliadores reconheceram a insuficiência de entendimento da licitante quanto ao perfil e às atribuições do MDA, é evidente que houve descumprimento direto desse critério técnico, o que, por consequência lógica, deveria implicar redução considerável de sua pontuação.

A nota média de 8,6 atribuída à FSB, portanto, não se sustenta diante de análises que qualificaram seu diagnóstico como genérico e desconectado da realidade institucional, sob pena de violação do princípio do julgamento objetivo (art. 165 da Lei nº 14.133/2021). Diante disso, requer-se a revisão para baixo do Raciocínio Básico da concorrente.

Subquestito 2 (Estratégia de Comunicação Institucional)

A Subcomissão Técnica reconheceu, expressamente, falhas conceituais relevantes na estratégia apresentada pela FSB. Um dos avaliadores afirmou que a licitante “não estudou o cliente”, o que configura falta de aderência ao contexto institucional do MDA - falha grave, pois o edital exige, no item 1.3.2, a formulação de estratégia articulada, baseada na compreensão profunda do contratante, dos públicos e dos desafios de comunicação.

Mesmo diante dessa constatação, a redução de nota foi de apenas 1,4 ponto (28,6/30), o que não reflete a gravidade da falha, uma vez que o não cumprimento do requisito de diagnóstico institucional e de adequação da estratégia deveria ter implicado decréscimo mais expressivo.

Outra avaliadora corroborou a mesma percepção, registrando que “faltou conhecimento sobre o pretenso cliente”, tendo reduzido apenas 2,8 pontos (27,2/30).

A uniformidade dessas observações evidencia que toda a banca identificou a mesma deficiência estrutural, razão pela qual a nota atribuída à FSB não guarda proporcionalidade com o vício constatado.

Ainda neste subquestito, o terceiro membro da Subcomissão observou que “a estratégia de conteúdo mensal parece pouco eficaz”, atribuindo nota de 26,5/30, uma diferença também insuficiente diante da falha técnica descrita.

Essa observação é particularmente relevante: o modelo proposto pela FSB segmenta conteúdos em ciclos mensais rígidos, sem vinculação a efemérides próprias da agricultura familiar, sem plano de gestão de riscos e sem mecanismos de integração entre temas estratégicos e agendas sazonais do Ministério.

Ao desconsiderar a natureza orgânica das políticas públicas do MDA, a proposta da FSB perde o caráter de estratégia integrada e sistemática,

descumprindo o próprio desafio de comunicação descrito no briefing. Dessa forma, a Diálogo solicita a redução drástica da nota da licitante FSB.

Subquestito 4 (Plano de Implementação)

A pontuação de 18,3 pontos (de um total de 20) atribuída à FSB neste subquestito é manifestamente incompatível com o conteúdo do plano apresentado. O documento não justifica as quantidades de produtos e serviços indicadas no orçamento, descumprindo o critério da alínea “b” do item 2.2.1.4 do edital, que trata do “grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing”.

Tomando-se o bloco “Quintais Produtivos” como exemplo, observam-se 16 conteúdos textuais, 8 coberturas fotográficas, 4 elaborações de pauta, 32 edições de vídeo e 28 captações de áudio - sem qualquer justificativa técnica ou proporção com as metas descritas no plano de comunicação. Não há explicação metodológica, estudo de demanda ou referência que legitime tais quantidades, o que impede a Subcomissão de aferir a coerência entre escopo e orçamento e, portanto, compromete a análise da economicidade.

Além disso, o cronograma da FSB repete, de forma padronizada e automática, o mesmo esquema de etapas - “Implementação > Ativação > Continuidade > Manutenção > Conclusão” - para todas as ações, independentemente de sua duração, complexidade ou natureza técnica, o que demonstra descumprimento da alínea “a” do mesmo item 2.2.1.4, que exige adequação do cronograma às especificidades de cada ação.

A uniformização mecânica do cronograma fere a lógica do planejamento técnico e evidencia ausência de análise sobre o grau de complexidade de execução.

Diante dessas falhas, resta patente que a nota atribuída à FSB é superestimada e carece de revisão a menor, uma vez que a proposta não atende ao edital nem demonstra controle, rastreabilidade ou exequibilidade

técnica, fundamentos indispensáveis ao julgamento objetivo e à transparência contratual.

DO PEDIDO

Diante do exposto, a Diálogo requer:

- a) Que o presente Recurso Administrativo seja recebido e processado, por ser tempestivo e estar formalmente em ordem;
- b) Que sejam acolhidas as razões recursais expostas, para dar provimento ao recurso administrativo, a fim de determinar a desclassificação das empresas Agência FR de Comunicação e Santa Fé Ideias, diante do descumprimento das normas editalícias, e a redução das notas atribuídas à FSB Holding;
- c) Subsidiariamente, caso não se acolha o pedido de desclassificação das empresas Agência FR de Comunicação e Santa Fé Ideias, o que se alega apenas por argumentação, que se determine a reavaliação de sua proposta técnica, com a consequente redução de suas notas, diante das falhas objetivas e dos excessos imotivados de pontuação demonstrados neste recurso, assegurando-se o cumprimento dos princípios da isonomia, do julgamento objetivo e da vinculação ao instrumento convocatório;
- d) Que seja revista a pontuação atribuída à empresa Diálogo, com o consequente aumento da nota técnica, considerando os elementos técnicos e jurídicos apontados nas razões recursais, especialmente no que se refere à aplicação uniforme e fundamentada dos critérios de avaliação;
- e) Caso não seja este o entendimento da Comissão Permanente de Licitação que o presente recurso seja submetido à autoridade superior, para análise e deliberação, nos termos do § 2º do art. 165 da Lei nº 14.133/2021.

Nestes termos, pede deferimento.

Brasília, 16 de outubro de 2025.

Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS

CNPJ: 03.201.952/0001-61

Alba Rosas Costa Chacon

CPF: 149.964483-34

RG: 965668/SSP/DF

Representante Legal