

AO PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Edital nº 20/2024

Processo Administrativo nº 23123.001326/2023-68

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA, já devidamente qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no item 19.2. do Edital, apresentar

IMPUGNAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO

interposto pela **IN PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL SS** em desfavor do resultado do julgamento das propostas técnicas, o que faz pelas razões de fato e de direito a seguir delineadas.

I. SÍNTESE FÁTICA

1. O Ministério da Educação publicou o Edital 20/2024, Processo Administrativo nº 23123.001326/2023-68, do tipo "Melhor Técnica", visando à contratação de empresa especializada em comunicação institucional que prestará serviços e ofertará produtos.

2. Nesse contexto, restou designada a data de 5 de setembro de 2024 para o recebimento dos Invólucros. Na oportunidade, constatou-se a participação das seguintes licitantes: (1) CDI Comunicação Corporativa Ltda., (2) FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda.; (3) CDN Comunicação Corporativa Ltda.; (4) Partners Comunicação Integrada LTDA; (5) In Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS; (6) In Press Oficina

¹ Considerando-se que os recursos administrativos interpostos no âmbito da Concorrência em epígrafe foram disponibilizados no dia 25 de março de 2025 (terça-feira), o prazo de 3 (três) dias úteis previsto no item 19.2. do Edital, teve início no dia 26 de março de 2025 (quarta-feira), encerrando-se, por conseguinte, no dia 28 de março de 2025 (sexta-feira). Afigura-se, portanto, plenamente tempestiva a presente impugnação, eis que submetida nesta data.

Assessoria de Comunicação Ltda.; (7) Apex Comunicação Estratégica Ltda; e (8) GBR Participações Ltda.

3. Naquela oportunidade, a Comissão de Contratação procedeu com a análise dos documentos de habilitação das licitantes presentes. A Presidente, de posse do resultado da habilitação, declarou, nominalmente, as 08 (oito) licitantes habilitadas no certame.

4. Em 24 de outubro de 2024, foi realizada a Segunda Sessão Pública, oportunidade em que foram rubricados os conteúdos dos Invólucros nº 2 e nº 4 das licitantes habilitadas.

5. Ato seguinte, após o julgamento das propostas, foi designada data para a Terceira Sessão Pública, ocorrida em 11 de março de 2025. Realizado o cotejo entre as propostas apócrifas e suas vias identificadas, foram atribuídas as devidas pontuações, obtendo-se a seguinte classificação:

CLASSIFICAÇÃO	EMPRESA	NOTA
1ª	INPACTO	91,09
2ª	FSB	89,75
3ª	CDN	75,75
4ª	GBR	70,08
5ª	Partners	68,08
6ª	OFICINA	63,42
7ª	CDI	62,59
8ª	APEX	62,08

6. Muito embora tenha se classificado na primeira posição, a InPacto interpôs recurso administrativo visando a desclassificar ou, ao menos, ver reduzida a nota atribuída à FSB.

7. Contudo, conforme será demonstrado detidamente a seguir, malgrado o esforço da Recorrente em tentar se ver livre da Recorrida no certame, os argumentos por ela delineados vão na contramão da realidade fática, revelando que seu único intuito com o manejo do recurso ora respondido é tumultuar o processo.

II. RAZÕES PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO INTERPOSTO PELA INPACTO

A) MANIFESTA AUSÊNCIA DE IRREGULARIDADE

8. Especificamente no que diz respeito à FSB, a Recorrente inicia seu recurso pugnando pela desclassificação da ora Recorrida, sob o argumento de que *“incorreu em grave irregularidade em sua proposta técnica ao utilizar recuo duplicado nos títulos de cada Subquestito.”*.

9. A fim de sustentar o seu ponto, afirma que *“Esta formatação contraria expressamente o Aviso nº 02 emitido pela Comissão, que estabelece diretrizes obrigatórias para a formatação da Proposta Técnica. O item 6 deste Aviso determina inequivocamente que as propostas “devem ter um recuo de 1,25cm na margem esquerda para o corpo do texto”, razão pela qual deveria ser desclassificada imediatamente.*

10. Contudo, razão não lhe assiste. Com efeito, a própria citação feita pela InPacto revela o caráter infundado de sua alegação.

11. Isto porque, basta simples leitura mais atenta do item 6 do aviso por ela citado, a fim de se verificar que este estabelece, de forma categórica, que *“as propostas devem ter um recuo de 1,25 cm na margem esquerda para o **corpo do texto**”* (grifo nosso).

12. Ora, extrai-se da redação do texto que a diretriz se refere especificamente aos parágrafos do corpo textual, de modo que tal orientação não se aplica aos títulos ou subtítulos, porquanto não os cita em nenhum momento.

13. Aliás, o mesmo Aviso nº 2 determina, no item 9, chamado de “Cabeçalho”, que o seu alinhamento deve estar justificado, a saber:

9. Cabeçalho

Alinhamento centralizado. O cabeçalho pode ser utilizado em substituição à capa, mas nunca junto dela. Os itens devem ser apresentados com espaçamento simples e tamanho fixo de 12 pontos.

14. Nesse sentido, deve-se ressaltar que as capas poderiam ser utilizadas para separar os Subquestitos do Plano de Comunicação, eis que o subitem 14.3.8 dispunha que:

14.3.8. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 14.3.6.

15. A FSB, por sua vez, ao invés de utilizar as referidas separações, substituiu a capa pelo cabeçalho que, seguindo às determinações da Comissão de Licitação, tiveram alinhamento centralizado.

16. Portanto, veja-se que não há qualquer equívoco no plano da FSB, muito menos identificação. O que se verifica no presente caso, é apenas a tentativa forçada da Recorrente em tentar induzir esta i. Comissão em erro, a fim de se ver livre da Recorrida no certame. Contudo, consoante se verifica, a alegação tecida pela In.Pacto vai em sentido diametralmente oposto à realidade fática e às recomendações da Comissão.

17. Aliás, a própria In.Pacto deveria ter observado essas determinações, mas não o fez.

18. Mesmo que assim não se entendesse, há de se convir que a recomendação da Comissão pode gerar interpretações diversas, de modo que a FSB não se utilizou de qualquer artifício que possibilitasse sua identificação, mas seguiu o Aviso nº 2.

19. Ainda que assim não o fosse – o que se cogita apenas a título argumentativo –, deve-se prevalecer o princípio do formalismo moderado, por meio do qual o conteúdo da proposta deve se sobrepor ao formalismo extremo, na linha da orientação exarada pelo Tribunal de Contas da União – TCU em sede do Acórdão 357/2015-Plenário.

20. Referido entendimento foi consolidado no sentido de que o formalismo moderado pode se traduzir à análise do objeto do documento em detrimento à forma como é apresentado, ou seja, o crivo exarado deve levar em consideração se o documento em análise é capaz de atender ao objetivo que lhe é proposto, independentemente de seu aspecto formal, claro, observando a segurança jurídica e o grau de certeza fornecido pelo documento.

21. Desta forma, desde que não cause prejuízo à Administração Pública – como no caso *sub judice* –, uma empresa não pode ser excluída do processo de licitação em razão de questões irrelevantes, como as que foram apontadas pela Recorrente.

22. Afinal, o objetivo imediato do procedimento licitatório é a seleção da proposta que melhor atenda aos interesses da Administração e, como objetivo mediato, a obtenção de certa e determinada obra ou serviço que atenda aos anseios da Administração.

23. Desse modo, desclassificar a segunda licitante mais bem classificada no certame em virtude de alegadas divergências de espaçamentos seria, de fato, caracterizada formalidade excessiva, implicando em um obstáculo ao resguardo do próprio interesse público.

24. Portanto, uma vez ausente qualquer descumprimento do edital e, em consonância com o entendimento uníssono da jurisprudência pátria e com o Aviso nº 2 do MEC, a negativa de provimento do recurso interposto pela InPacto é medida que se faz necessária.

B) PLANO DE COMUNICAÇÃO

25. Como se não bastasse a absurda e infundada alegação delineada pela Recorrente, na falha tentativa de desclassificar a FSB, a InPacto, em caráter subsidiário, visando a reduzir a pontuação atribuída à Recorrida, critica a proposta técnica por ela apresentada.

26. Contudo, os apontamentos tecidos pela InPacto não merecem qualquer acolhimento, à medida que, consonante se passará a demonstrar a seguir, não passam de sua mera opinião subjetiva, eivada de interesse na manutenção de sua posição no procedimento licitatório em questão.

27. De início, a InPacto questiona a ausência de esclarecimento sobre a identidade da personagem citada na proposta da FSB, tal crítica, contudo, apenas revela tamanho desconhecimento da Recorrente sobre o papel narrativo de exemplos representativos em estratégias de comunicação. Explica-se.

28. A referência à professora tem uma função clara e legítima: ilustrar, de forma sintética e simbólica, a realidade educacional do estado do Amapá. Trata-se de um recurso que

condensa dados, humaniza a narrativa e facilita a compreensão do contexto regional, alinhando-se diretamente ao foco central do briefing – a educação em cinco estados brasileiros.

29. Ao contrário do que a Recorrente tenta fazer crer, ao adotar essa abordagem, a FSB demonstrou sensibilidade analítica e capacidade de construir uma proposta com ancoragem concreta nos territórios definidos. Note-se, assim, que a FSB fez o que a In.Pacto deixou de fazer ao longo de toda sua proposta: aprofundar-se nas especificidades locais apontadas no briefing.

30. Dessa forma, cristalino é o fato de que o apontamento da In.Pacto carece de fundamento lógico e técnico, de modo que não merece acolhimento em razão de sua fragilidade argumentativa e ausência de respaldo metodológico.

31. Não obstante, a In.Pacto alega que a proposta da FSB incorreu em erro ao incluir o Conselho Nacional de Educação (CNE) como parte da estrutura organizacional do MEC.

32. Referido argumento revela apenas que a Recorrente não poupou esforços para tentar derrubar a sua concorrente, ou, ao menos, evidencia o seu completo despreparo em atender o órgão licitante, uma vez que o desconhece.

33. Equivoca-se a Recorrente, porquanto o próprio site oficial do Ministério da Educação apresenta o CNE como integrante de sua estrutura organizacional do MEC, o que apenas evidencia, de forma direta e incontestável, o acerto na referência feita pela Recorrida. Confira-se:



34. Note-se que ao assim argumentar, verifica-se a ausência de uma verificação mínima das informações disponíveis nas fontes oficiais por parte da Recorrente. Ao ignorar ou deixar de consultar o portal institucional do MEC, a In.Pacto expõe não apenas a fragilidade de sua argumentação, mas também a superficialidade de sua própria abordagem informacional.

35. A fim de corroborar com a defesa aqui realizada, faz-se necessário rememorar que o regimento interno do Conselho Nacional de Educação foi instituído pela Portaria MEC nº 1.306, de 2 de setembro de 1999, o que confirma de forma inequívoca sua vinculação formal ao Ministério da Educação. O CNE é, portanto, um órgão integrante da estrutura do MEC, com base normativa clara e consolidada.

36. Tal fato deixa ainda mais patente que a alegação da In.Pacto revela um desconhecimento das instâncias mais elementares que compõem o arcabouço institucional do Ministério. Além disso, revela que a licitante não encontrou nada mais interessante para criticar na proposta da FSB, motivo que a levou a alegações tão rasas e infundadas.

37. Apontar como erro, em sede de recurso dirigido para a Comissão de Contratação do MEC, algo que está expressamente previsto tanto no site oficial do MEC quanto em portaria ministerial é, no mínimo, um sinal de descuido metodológico – ou de uma tentativa deliberada de desqualificação infundada.

38. Diante disso, uma vez demonstrado que a alegação da Recorrente é deveras inconsistente, a negativa de provimento do recurso ora respondido é medida que se faz necessária.

39. Porém, não satisfeita, a In.Pacto seguiu criticando a proposta técnica apresentada pela FSB, afirmando que *“A proposta da FSB demonstra confusão conceitual quanto ao objeto da licitação tratando-a muito mais como uma licitação de comunicação digital do que institucional, ao enfatizar indevidamente a necessidade de engajamento em redes sociais. Dedicar parte substancial de sua análise à descrição dos perfis do MEC nas redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn), quando o objeto desta licitação é especificamente a prestação de serviços em comunicação institucional, conforme delimita o Termo de Referência”*.

40. Todavia, mais uma vez, a alegação da In.Pacto demonstra seu completo despreparo, bem como a sua falta de conhecimento do mercado atual.

41. Ao contrário do que alega a In.Pacto, a FSB Comunicação não confunde os limites entre comunicação institucional e comunicação digital. Essa interpretação é uma compreensão ultrapassada – e contraditória – do que hoje se entende por comunicação pública integrada.

42. Ao criticar o destaque dado pela FSB aos canais digitais do MEC (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn), a In.Pacto ignora que essas plataformas são, atualmente, componentes essenciais da atuação institucional dos órgãos públicos, incluindo as assessorias de comunicação do governo federal.

43. Com efeito, o que se verifica é que, ao suscitar tais argumentos para reduzir a pontuação atribuída à FSB, a Recorrente tropeça em manifesta incoerência com sua própria proposta.

44. Isto porque, consoante se atesta a partir da leitura do trecho extraído da página 4 de sua proposta técnica, verifica-se que a própria Recorrente afirma que *“É imprescindível considerar a relação entre meios jornalísticos e plataformas digitais, em um processo de retroalimentação. Por isso, no diagnóstico da visibilidade do MEC durante o primeiro semestre deste ano, foi também avaliado o sentimento presente em 620,4 mil menções em ambientes digitais.”*.

45. Ora, qual é a real posição da In.Pacto? Pois alega que a FSB errou, mas fez a mesma proposição em seu plano de comunicação. Portanto, será que a In.Pacto desconhece a necessidade de se trabalhar uma comunicação integrada ou apenas está agindo sem boa-fé numa tentativa frustrada de tentar diminuir a proposta apresentada pela FSB? De uma forma ou de outra, sua incoerência é incontestável.

46. Ora, a FSB, ao abordar os perfis digitais do MEC, demonstrou alinhamento com as melhores práticas contemporâneas da comunicação institucional, que exige planejamento multicanal, articulação entre mídias e presença ativa nos espaços de interlocução direta com a sociedade.

47. Ante à manifesta fragilidade da argumentação tracejada pela Recorrente, corroborada com a patente contradição em relação ao defendido em sua própria proposta, não se vislumbra alternativa a não ser o improvimento do recurso ora impugnado.

48. Além disso, a In.Pacto, ainda, aduz em seu recurso que a proposta apresentada pela FSB *“aborda os três programas prioritários (Compromisso Nacional Criança Alfabetizada, Escolas em Tempo Integral e Pé-de-Meia) de forma excessivamente genérica. Apresenta descrições superficiais dos três programas, sem identificar os desafios específicos de comunicação de cada iniciativa”*.

49. Tal apontamento, contudo, causa estranhamento e revela uma evidente inversão de responsabilidade, ao passo que a própria proposta da In.Pacto menciona de maneira pontual e pouco desenvolvida esses três programas, sem qualquer aprofundamento conceitual ou diagnóstico robusto de suas especificidades comunicacionais.

50. Ocorre que, na contramão do que alega a Recorrente, foi a FSB quem demonstrou esforço consistente em compreender e contextualizar cada uma das três políticas, inclusive por meio de uma análise detalhada da cobertura jornalística a respeito de cada uma delas – recurso metodológico, inclusive, ausente na proposta da In.Pacto.

51. A alegação da In.Pacto, além de infundada, parece buscar compensar, por meio de recurso, a fragilidade de sua própria abordagem técnica.

52. Diante disso, considerando-se a ausência de consistência desse apontamento e da inversão da realidade dos fatos, incumbe a esta i. Comissão rechaçar as alegações da In.Pacto.

53. Não bastasse isso, a Recorrente ainda afirma que *“A FSB apresenta como conceito ‘O direito é aprender’, mas sua explicitação e defesa ocupam quase três páginas com conteúdos que deveriam compor o Raciocínio Básico, não a Estratégia de Comunicação. A licitante indica que a ideia-força do conceito contempla oito elementos (p. 9-10), mas estes não são efetivamente desenvolvidos no decorrer da proposta, permanecendo como enunciados sem aplicação prática”*.

54. Contudo, mais uma vez, não lhe assiste qualquer razão. Em verdade, tal alegação aparenta partir de uma interpretação um tanto quanto equivocada do instrumento convocatório, evidenciando sua falha de compreensão sobre a organização interna de uma proposta técnico-estratégica.

55. Basta a realização de uma análise mais atenta da proposta apresentada pela Recorrida a fim de se verificar que a FSB estruturou a defesa do conceito “O direito é aprender” dentro do subquesto 2, exatamente conforme as diretrizes do edital, que prevê esse espaço para apresentação e fundamentação da linha conceitual.

56. Faz-se relevante esclarecer que a proposta buscou expor não apenas o conceito em si, mas os fundamentos que sustentam sua escolha, sua conexão com os programas priorizados e sua aplicabilidade na estratégia de comunicação – algo que a In.Pacto, por sua vez, não realizou.

57. Isso porque, na proposta da In.Pacto, o conceito é lançado de maneira genérica e descontextualizada, sem qualquer esforço de articulação com os objetivos institucionais do MEC ou com os desafios comunicacionais apontados no diagnóstico. Diante disso, soa incompreensível e contraditório que a licitante critique justamente o que não soube fazer em sua própria proposta.

58. Mais adiante em seu recurso, a In.Pacto segue criticando a proposta da FSB ao afirmar que *“Na seção ‘O que fazer’ (p. 10), a proposta da FSB limita-se a reiterar o objetivo já estabelecido no edital”*.

59. Todavia, novamente, equivoca-se a Recorrente, ao passo que, ao contrário do que afirma, a FSB cumpriu com rigor a estrutura exigida no subquesto, utilizando o espaço “O que fazer” para reforçar o direcionamento estratégico das ações, conforme esperado no desenvolvimento da proposta. Já a In.Pacto, por outro lado, valeu-se desse mesmo espaço para antecipar etapas do plano de implementação, o que fere a lógica e a progressão temática previstas na organização dos subquestos.

60. Em outra passagem de seu recurso, a In.Pacto tece grave alegação ao apontar suposta falha da FSB no uso de categorias como “Textos, falas e roteiros”; “Exemplos de superação”; “Efeito borboleta”; “Multiplataforma e multimídia”; “Chancela”; e

“Storytelling”, sugerindo que essas estruturas seriam reconhecíveis por membros da Subcomissão Técnica “familiarizados com o trabalho da licitante”.

61. Notável é o fato de que a proposta apresentada pela FSB recebeu a sua pontuação, única e exclusivamente pelo seu mérito e dedicação, ao passo que, “às cegas”, demonstrou ser uma das agências mais qualificadas, bem como que poderia vir a atender melhor às necessidades do MEC, não porque utilizou meros termos – frisa-se: comuns – que supostamente a identificariam.

62. Aliás, não se pode deixar de mencionar que a ilação de que seria possível a identificação da autoria sugere que a Subcomissão Técnica estaria em conluio com a ora Impugnante, o que implica na sugestão de cometimento de crime.

63. Ora, diante da falta de comprovação dessas alegações, seria possível enquadrar a própria In.Pacto na conduta prevista pelo art. 38 do Código Penal: *“Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime”*.

64. Com efeito, o que se verifica é que a Recorrente, com o único intuito de tumultuar o certame, não poupou esforços para tentar desclassificar a licitante Recorrida, valendo-se de alegações **delirantes**, rasas, infundadas e que vão em sentido diametralmente oposto à realidade.

65. Tal alegação, além de ser grave ao insinuar de forma inadequada uma parcialidade completamente inexistente, revela um equívoco factual grave: é a própria proposta da In.Pacto, na página 12, que utiliza expressões como “efeito borboleta”, “multiplataforma” e “chancela” para organizar sua exposição. Confira-se:

“Efeito borboleta”	Pequenas ações podem gerar grandes transformações, exatamente como a física retrata o “efeito borboleta”. Com essa mensagem, mostra-se que a iniciativa de cada indivíduo envolvido no “chão da escola” pode resultar em benefícios para toda a comunidade, incluindo o desenvolvimento socioeconômico de seu território, mas também inspirando escolas de regiões distantes – cabe à comunicação demonstrar o potencial multiplicador das boas práticas.
Multiplataforma e multimídia	Todos os conteúdos devem seguir uma orientação multiplataforma e multimídia, o que ampliará a sua visibilidade e seu potencial de reverberação. Diante desse objetivo de amplificação, o conteúdo deve apresentar sínteses na forma de listas ou dicas práticas, que tendem à reprodução nas mídias. Por exemplo: “as 5 lições da escola ...” ou “3 dicas práticas da diretora... para vencer a evasão escolar” – o que inspira diversas possibilidades temáticas. Cada peça pode ser “lincada” a outras, de maneira que um press release remete a um vídeo e este, por sua vez, direciona o espectador a conteúdos que a equipe de comunicação digital do MEC poderá disseminar em suas plataformas (recomendação).
Chancela	Nos conteúdos sobre histórias específicas de sucesso de escolas, o MEC deve ser incluído como um confirmador institucional dessas iniciativas – um órgão que chancela e promove a excelência educacional (o que fortalece o seu papel de condutor da política de educação para o país, enquanto também reafirma sua atribuição de valorizar o magistério e demais profissionais da área).

66. Veja-se, então, que novamente a In.Pacto falta com a boa-fé no intento de prejudicar a sua concorrente.

67. O que se verifica no presente caso é que a In.Pacto atribui à FSB elementos estruturais e conceituais que são, na verdade, **parte de sua própria proposta**. Essa inversão de autoria é um ato falho revelador e deveria ser cuidadosamente considerado por esta i. Comissão de Contratação, ao passo que enfraquece significativamente a credibilidade do recurso apresentado e evidencia a fragilidade dos argumentos delineados pela Recorrente.

68. Diante dessas incongruências e distorções, comprovada a ausência de qualquer substância lógica da argumentação tracejada pela In.Pacto, o improvimento integral de seu recurso é medida que se impõe.

69. Porém, isso ainda não é tudo. De forma insistente e exaustiva, com o fito de tentar reduzir a pontuação conferida à FSB, a In.Pacto aduz que *“A FSB apresentou como conceito ‘O direito é aprender’, mas as soluções propostas falham em articular-se coerentemente com este conceito. As peças exemplificadas (Media Training, Release, Convite Workshop, Reportagem em Vídeo e Podcast) não desenvolvem visualmente ou textualmente o conceito ‘O direito é aprender’”*.

70. Note-se, novamente, que a In.Pacto não apenas formula uma argumentação completamente infundada, mas insiste em atuar sem boa-fé. É simplesmente insustentável afirmar que o conceito não está presente nas peças exemplificadas quando, de forma clara e incontestável, aparece estampado tanto no release quanto no material de *media training* apresentados pela FSB:



71. Além disso, a peça do Workshop traz como título “Aprender a ler o mundo” – uma formulação que dialoga diretamente com a ideia-força de que a aprendizagem é um direito e uma chave para a emancipação cidadã.

72. Portanto, a alegação da In.Pacto não apenas é incorreta, mas revela um nível de desonestidade intelectual que fragiliza seu próprio recurso. Ao ignorar elementos evidentes nas peças apresentadas, a Recorrente tenta induzir a Comissão Julgadora ao erro, apontando falhas inexistentes com o objetivo de deslegitimar uma proposta sólida e coerente.

73. Mais do que uma falha de leitura, esse tipo de alegação indica a disposição da In.Pacto em distorcer os fatos – o que deve ser considerado com a devida gravidade. A proposta da FSB não apenas apresenta o conceito de forma explícita, como o articula de maneira transversal entre os produtos, a linguagem e a estratégia geral de comunicação.

74. Desta forma, exaustivamente demonstrado que as alegações tecidas pela InPacto no decorrer de seu recurso são completamente desprovidas de substância lógica, jurídica ou editalícia, o improvimento do recurso ora respondido é medida que se faz necessária.

C) RELATOS

75. Não bastassem as inverdades alegadas anteriormente pela Recorrente, que insiste em tentar desabonar a proposta apresentada pela FSB, a In.Pacto novamente tenta induzir a Comissão Julgadora a erro ao alegar que a Recorrida teria apresentado um case de comunicação digital, e não institucional, além de se apropriar indevidamente de resultados amplos do setor.

76. Contudo, mais uma vez, seus argumentos não merecem ser acolhidos, conforme será demonstrado a seguir.

77. A argumentação apresentada pela In.Pacto, na tentativa de desqualificar os relatos de casos apresentados pela FSB Comunicação, incorre em equívocos conceituais graves e desconsidera o escopo previsto no edital da concorrência do Ministério da Educação.

78. Isso porque a Recorrente insiste em estabelecer uma distinção artificial entre comunicação institucional e comunicação digital, como se fossem domínios excludentes. Essa visão ultrapassada contraria o que dispõe o próprio edital do MEC, que inclui expressamente entre os **produtos de comunicação institucional**:

- **Item 4.7 - Reportagem em Vídeo (Vídeo Release):** produto audiovisual com objetivo institucional, envolvendo pré-produção, produção e pós-produção com equipe jornalística.
- **Item 4.14 - Podcast:** peça para divulgação de ações da contratante, com roteiro aprovado e difusão nos canais oficiais do órgão.

79. Ora, é muito claro que a ideia de que produtos digitais (vídeos e podcasts) não configuram ações institucionais desconsidera a prática contemporânea da comunicação pública, que utiliza vídeos, podcasts, redes sociais e portais como **meios legítimos e efetivos de prestação de contas, construção de reputação institucional e relacionamento com a sociedade**.

80. Além disso, nota-se novamente a incoerência da própria Recorrente, uma vez que, curiosamente, a licitante reconhece em sua proposta técnica a interdependência entre comunicação digital e imprensa, afirmando (p. 4) que: *“É imprescindível considerar a relação entre meios jornalísticos e plataformas digitais, em um processo de retroalimentação”*, como já demonstrado acima.

81. Assim, o recurso apresentado colide, em todos os seus aspectos e facetas, com a tese defendida pela Recorrente em sua proposta, enfraquecendo a coerência de sua argumentação.

82. Além disso, é evidente a adequação dos relatos apresentados pela FSB, uma vez que o relato do caso **“Turismo Transforma”** não se limita a ações digitais, mas demonstra um encadeamento estratégico que parte de conteúdos em plataformas próprias da Embratur e alcança ampla **repercussão na imprensa**, em redes de cinema, eventos internacionais e ações de relacionamento institucional com formadores de opinião.

83. Trata-se de um **exemplo exitoso de como a comunicação digital pode ser ponto de partida para ações mais amplas de projeção institucional** – exatamente como prevê o objeto da licitação do MEC.

84. Além disso, a crítica de que a FSB teria atribuído a si méritos macroeconômicos carece de qualquer respaldo, eis que o texto da proposta não estabelece causalidade direta entre os conteúdos produzidos e resultados como aumento do turismo. O que se afirma – com base factual – é que houve: *“repercussão da campanha nas mídias regionais e especializadas”*.

85. Do mesmo modo, no relato relativo ao **estado do Rio Grande do Sul**, a proposta da FSB apresenta um panorama claro dos resultados comunicacionais, sem extrapolar sua atribuição técnica ou incorrer em afirmações infundadas:

Na mídia, levantamento realizado pela **FSB Comunicação** mostra que o volume de notícias que mencionaram o Ministério saltou de 126 no mês de abril para 947 em maio, o que indica o protagonismo da pasta. Cerca de 90% das citações foram relacionadas à tragédia nas cidades gaúchas, resultado da decisão de dar prioridade à resposta do Governo Federal às enchentes. O efeito positivo prosseguiu em junho, quando o total de menções chegou a 430 notícias.

O trabalho combinou o atendimento ativo e reativo e os números deixam isso claro. O volume de demandas de jornalistas, por exemplo, atingiu a marca de 200 atendimentos semanais no mês de maio – a média regular mensal do Ministério é de 30 demandas por semana. Todos os dias, 401 jornalistas inscritos na lista de transmissão por Whatsapp da Defesa Civil e mais 550 setoristas do Brasil receberam informações precisas e atualizadas.

As matérias de rádio produzidas pela FSB Comunicação e distribuídas gratuitamente pela Agência do Rádio foram usadas por 1.957 emissoras de 1.341 municípios, atingindo público potencial de 33,9 milhões de pessoas.

No combate à fake news, o MIDR foi parceiro da Secom-PR para assegurar informação precisa, veiculadas no site “Brasil Contra Fake”, da Secom.



Além dos resultados de política pública e de mídia, a equipe de comunicação do MIDR consolida-se com uma referência em comunicação para respostas humanitárias e climáticas não apenas no Brasil, mas também internacionalmente.

86. Ademais, há evidências concretas da repercussão institucional dos conteúdos produzidos para a Embratur, de forma ampla e estratégica. A seguir, observe-se uma seleção de links comprobatórios, previamente submetidos na proposta:

a) Fernando de Noronha

https://www.panrotas.com.br/beflyesg/sustentabilidade/2025/02/embratur-lanca-mini-documentario-sobre-sustentabilidade-em-noronha-veja-video_214485.html

<https://www.facebook.com/Brasil247/posts/embratur-lan%C3%A7a-document%C3%A1rio-sobre-turismo-sustent%C3%A1vel-em-fernando-de-noronha/1072411568265460/>

b) Turismo Religioso, Afroturismo e Base Comunitária em Paris

https://www.panrotas.com.br/100xbrasil/destinos/2024/03/embratur-apresenta-destinos-brasileiros-em-festival-de-cinema-em-paris_204062.html

<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202403/documentarios-da-serie-turismo-transforma-da-embratur-apresentacao-destinos-brasileiros-em-mostra-na-franca>

c) Queijo Canastra

<https://blogdogio.com.br/noticia/1004/queijo-canastra-no-cinema-em-paris-embratur-apresentara-documentario-no-festival-de-cinema-brasileiro>

<https://comexdobrasil.com/queijo-canastra-e-protagonista-do-novo-episodio-de-minidocumentario-da-embratur/>

<https://www.otempo.com.br/turismo/queijo-canastra-em-paris-embratur-exibira-documentario-em-festival-de-cinema-1.3340526>

c) Afroturismo

<https://aloalobahia.com/notas/afroturismo-e-tema-de-minidoc-gravado-pela-embratur-em-cachoeira-e-salvador>

https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2024/10/embratur-lanca-documentario-sobre-afroturismo-em-cinema-de-salvador_211012.html

<https://embarquenordeste.com.br/brasil/embratur-lanca-documentario-sobre-afroturismo/>

<https://atarde.com.br/cultura/freixo-lanca-documentario-e-celebra-afroturismo-em-salvador-o-brasil-voltou-1293093>

<https://www.correio24horas.com.br/colunistas/wladmir-pinheiro/salvador-tera-lancamento-de-documentario-sobre-afroturismo-veja-onde-assistir-1024>

<https://noticias.r7.com/jr-24h/boletim-jr-24h/video/embratur-lanca-documentario-para-incentivar-turismo-na-bahia-29102024/>

87. Esses links comprovam não apenas o alcance da ação, mas a **sinergia entre produção digital e projeção institucional**, atendendo plenamente aos critérios de complexidade, relevância e impacto de uma comunicação contemporânea e integrada.

88. Ademais, o case da Embratur aborda a comunicação institucional voltada à imagem institucional do Brasil no exterior, com uso de múltiplos canais, incluindo ações junto à imprensa, campanhas integradas e impactos institucionais.

89. Observe-se que o uso de mídias digitais não descaracteriza a natureza institucional da comunicação. Os resultados mencionados foram contextualizados e acompanhados de dados concretos. A acusação de “apropriação indevida” é especulativa e subjetiva.

90. Ambos os relatos foram validados pelos respectivos clientes, atenderam aos critérios formais (item 14.5.2) e foram positivamente avaliados pela Subcomissão nos critérios objetivos (item 14.6.1.3), especialmente relacionados aos critérios de complexidade, planejamento, resultados e clareza.

91. Portanto, a crítica da In.Pacto ao Quesito 3 da proposta da FSB é tecnicamente improcedente, conceitualmente frágil e contraditória com sua própria proposta. As ações relatadas pela FSB são exemplos robustos de comunicação institucional moderna, conforme definido pelo próprio edital.

92. Além disso, é importante mencionar que, em seu Recurso, a In.Pacto requer a majoração de sua pontuação em sede de relatos, uma vez que afirma ter sido injustamente penalizada sob o argumento de “ausência de inovação” nos Relatos.

93. Nesse contexto, a licitante aduz que *“A ‘inovação’ por si não é um critério objetivo previsto no item 14.6.1.3 do Edital. [...] Os critérios em si referem-se a planejamento estratégico, alcance de objetivos, complexidade do desafio, relevância dos resultados, qualidade da execução e encadeamento lógico – todos plenamente atendidos pelos relatos apresentados pela in.Pacto.”*

94. Ou seja, a licitante sustenta que a Comissão Julgadora não poderia usar inovação como critério que lhe desabone, pois isso não está previsto expressamente no Edital.

95. Contudo, curiosamente, na página 59 de seu recurso, a Recorrente questiona, a respeito dos relatos apresentados pela FSB:

*“1. Como é possível que relatos com desconformidade ao objeto licitado, falha metodológica grave na atribuição de resultados, ausência completa de planejamento estratégico e **total falta de inovação** tenham recebido uma pontuação tão expressivamente superior aos demais concorrentes?”*

96. Ora, mais uma vez a In.Pacto demonstra seu ímpeto de violação à isonomia do certame, uma vez que, para ela, a Comissão não pode utilizar a “inovação” como um critério de avaliação, pois ele não consta expressamente no Edital. Porém, em se tratando da proposta da FSB, isso deve ser considerado no contexto de avaliação?

97. Chega a ser feia a posição da Recorrente que, na condição de primeira colocada no certame – pelo menos por enquanto, eis que o recurso da FSB há de ser provido –, busca protelá-lo com argumentos infundados, que não correspondem à realidade, na intenção de prejudicar a FSB, por medo de ser alcançada.

98. Aliás, a posição da In.Pacto, na contramão da boa-fé, deveria ser considerada pelo MEC como um risco à sua contratação, já que a licitante não se atrela à verdade nem com documentos expressos nos autos do procedimento licitatório em questão, que comprovam o contrário.

99. Dessa forma, não há outra solução senão o total improvimento do recurso interposto pela In.Pacto.

III. PEDIDOS

100. Diante de todo o exposto no decorrer da presente peça, a FSB requer:

- a) Seja a presente impugnação recebida e processada, eis que plenamente tempestiva;

- b) O acolhimento da presente impugnação, para **negar** provimento ao recurso administrativo ora respondido, interposto pela In Pacto, a fim de que a FSB não seja desclassificada, tampouco tenha sua pontuação reduzida;
- c) Caso este não seja o entendimento, pleiteia-se que o presente recurso seja encaminhado para análise de autoridade superior.

Nestes termos,
pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 27 de março de 2025.

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA

Márcio Louseiro
Procurador