

**À SUBSECRETÁRIA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA (SGA) DO MEC**

**CONCORRÊNCIA Nº 90002/2024**

**PROCESSO Nº 23123.001326/2023-68**

A IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S, sociedade simples, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, sediada no SAUS Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901/921, Asa Sul, Brasília/DF, CEP 70.070-913, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro na Lei nº 14.133/2021, apresentar **CONTRARRAZÕES** ao recurso administrativo da concorrente FSB, consoante as razões de fato e de direito adiante articuladas.

## I – DAS CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Inicialmente, a **in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital** deixa registrado o seu respeito aos membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica de Licitação encarregada de julgar as propostas. Importante frisar que as presentes contrarrazões têm estrita vinculação à interpretação objetiva dos fatos do procedimento licitatório. Eventuais discordâncias, ora deduzidas, fundamentam-se na aplicação adequada da Constituição, da Lei e do edital, diversa daquela adotada na decisão recorrida.

## II – TEMPESTIVIDADE

De acordo com o subitem 19.3 do edital, a licitante dispõe do prazo máximo de 3 (três) dias úteis, para interpor contrarrazões administrativas. Neste caso, dá-se em face dos recursos apresentados pela concorrente FSB Comunicação no corrente processo licitatório. Portanto, o prazo para contrarrazões teria início em **26/03/2025**, sendo o prazo final para o protocolo em **28/03/2025**. Assim, protocolizado nesta data, não remanesce a menor dúvida acerca da tempestividade da presente irresignação.

## III – DA SÍNTESE DOS FATOS

O Ministério da Educação, por meio da Concorrência nº 90002/2024, iniciou a fase externa da licitação que tem por objeto a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional.

No dia 25/03/2025, a Comissão Especial de Licitação divulgou os recursos apresentados pelas licitantes in.Pacto, FSB e GBR. Cabe ressaltar que a in.Pacto e a FSB foram classificadas como primeira e segunda colocadas, respectivamente, com as seguintes pontuações:

Classificação Final	Empresa	Nota
<b>1</b>	Inpacto	92,34
<b>2</b>	FSB	91

A in.Pacto Comunicação alcançou o primeiro lugar com a nota 92.34 e, diante da insatisfação da FSB Comunicação com sua pontuação e aquela alcançada pela in.Pacto, apresentando recurso administrativo contra esta licitante, é que ora se apresentam as presentes contrarrazões administrativas.

## IV – DA LEGALIDADE E CUMPRIMENTO DAS REGRAS EDITALÍCIAS

Desde as primeiras linhas de seu recurso, é possível identificar que a FSB ultrapassa os limites legais e técnicos que regem o contraditório em sede de licitação pública. Em vez de apontar erros objetivos, vícios formais ou inconsistências técnicas concretas na proposta da in.Pacto, a recorrente dedica-se a realizar um verdadeiro julgamento paralelo, como se lhe coubesse a função de avaliar, pontuar e interpretar as propostas apresentadas — papel que compete exclusivamente à Comissão Julgadora, nos termos da legislação vigente e do edital do certame — sustentando-se em fundamentos que sequer alcançam a lógica e os moldes do edital, motivada única e exclusivamente por sua insatisfação pessoal com o desempenho por ela alcançado.

Não há, em nenhum trecho do recurso da FSB, qualquer fato concreto que comprove erro material, ilegalidade ou descumprimento das exigências editalícias por parte da in.Pacto. Ao contrário, o que se observa é uma sucessão de afirmações subjetivas e desarrazoadas, sustentadas por critérios particulares de avaliação, incompatíveis com as necessidades da concorrência, alheios ao instrumento convocatório, pelas quais a FSB tenta indevidamente impor como padrão absoluto, desrespeitando os princípios da vinculação ao edital, da competitividade, da isonomia e do julgamento objetivo, com a clara intenção de obter para si vantagem que não galgou com prática e técnica em sua proposta.

Trata-se, portanto, de um recurso que não se presta ao fim a que deveria servir, porquanto busca desqualificar a proposta tecnicamente melhor avaliada (a saber, da concorrente in.Pacto) por meio de interpretações enviesadas, ausência de provas e afirmações retóricas, o que, por si só, já ensejaria o não provimento do pedido recursal. Diante dessa conduta da FSB, é importante salientar que o edital, no item 20.1.6, determina que:

*“20.1.6. Qualquer tentativa de o licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento da Proposta Técnica resultará na sua desclassificação”.*

Às licitantes é reservado o direito ao recurso administrativo como meio de assegurar o contraditório e a manifestação de suas razões. Tal ato não pode se confundir com o uso deliberado de recursos protelatórios e que buscam a substituição de resultados técnicos por métricas infundadas e parciais.

Insta salientar que o procedimento recursal é extremamente dispendioso a administração, seja em função do atraso temporal, seja pelo empenho funcional para a análise de cada levantamento. Isto é, os recursos representam meios válidos e oportunos para se manifestar acerca dos atos licitatórios, mas devem ser utilizados com responsabilidade, respeito e técnica, para que atendam sua função sem onerar desnecessariamente a máquina pública e atrapalhar o deslinde da contratação.

Diante disso, é fundamental reafirmar os princípios que regem o processo licitatório — em especial, o da estrita vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia, da competitividade e do julgamento objetivo —, bem como o papel exclusivo e técnico da Administração Pública na condução da corrente licitação.

## V. DOS RECURSOS APRESENTADOS PELA FSB CONTRA A IN.PACTO

### V.1 DAS ALEGAÇÕES SOBRE EXTRAPOLAÇÃO DOS LIMITES EDITALÍCIOS

#### V.1.1 DO ALEGADO DESCUMPRIMENTO QUANTO ÀS PEÇAS CORPORIFICADAS

Preliminarmente, cumpre salientar que a FSB provoca suposto descumprimento por parte desta licitante quanto às exigências editalícias, especificamente no que tange aos limites estabelecidos para apresentação de peças corporificadas, aduzindo que tal conduta teria gerado vantagem competitiva indevida. A recorrente acusa que a in.Pacto teria extrapolado o limite de 5 (cinco) peças permitidas como exemplos visuais da proposta, em contrariedade aos itens 14.3.15, 14.3.16 e 14.3.24 do edital. Imputa, ainda, que esta licitante haveria incluído um “selo” como peça adicional, sem a devida categorização no rol de exemplos, o que, segundo seu entendimento, configuraria afronta à regra de cômputo de variações de formato como novos exemplos.

A recorrente acrescenta em seu exposto que: (i) o “selo” não teria sido contemplado no cronograma nem no orçamento do Plano de Implementação, em suposta violação ao item 14.3.28 do edital; (ii) esta licitante teria descumprido o limite de páginas estabelecido para a proposta técnica, auferindo vantagem na exposição detalhada de suas ideias; (iii) haveria omissão de informações essenciais sobre a execução das ações no cronograma, como público-alvo, períodos e continuidade; e (iv) tais condutas configurariam afronta aos princípios da isonomia e da vinculação ao instrumento convocatório, impondo a desclassificação da in.Pacto do certame.

Em que pesem as alegações da FSB, cumpre esclarecer que o “selo” mencionado não constitui peça autônoma, mas elemento integrante da identidade visual das peças apresentadas pela in.Pacto – e especificada devidamente no orçamento –, configurando mero componente gráfico aplicado às peças corporificadas. Trata-se de recurso visual ordinário e basilar em projetos de comunicação, cuja função básica é conferir unidade estética e consolidar o conceito da campanha.

Importante destacar que a própria recorrente, em sua proposta técnica, vale-se de elementos gráficos análogos como componentes da identidade visual de suas peças exemplificadas, evidenciando clara contradição em sua argumentação. Sob a ótica interpretativa adotada pela FSB, o simples emprego de elemento visual de identidade dentro do conjunto de detalhes gráficos de uma peça apresentada, caracterizaria peça adicional.

Tal argumento não merece prosperar, visto que não é possível descaracterizar um item consolidado, composto de seus ricos e trabalhosos detalhes, em partes ou quadrantes para assim julgá-lo, se este fosse o caso, não seria sequer possível mensurar a infinidade de itens apresentados por todas as licitantes, ora, em quantas partes uma identidade visual pode ser partilhada? nesta hipótese a própria recorrente também teria excedido o limite estabelecido pelo edital.

O argumento utilizado pela recorrente é suficiente para demonstrar a profundidade e seriedade de seu recurso, que em nada se atrela a técnica, e acaba por recorrer a aduções desmotivadas e desconexas, na tentativa de beneficiar-se ou conduzir o julgamento desta comissão.

Ressalta-se que o item 14.3.24 do Edital, ao estabelecer regras para cômputo das peças, faz menção a “variações de abordagem ou formato” como novos exemplos, não a elementos gráficos integrados a uma mesma peça. O selo objeto da crítica da FSB constitui elemento compositivo e não peça autônoma, por óbvio, não se enquadrando no conceito de variação de abordagem ou formato.

O corpo do edital dispõe claramente que a composição de um exemplo não é configurada por cada detalhe deste, mas do conjunto e mensagem emanada pela unidade gráfica. A expressa previsão editalícia, posteriormente ganhou o reforço explícito do esclarecimento de nº 13, por meio do qual a comissão delimita, sem qualquer espaço para dúvidas, que a composição gráfica é composta pelo conjunto de elementos, que não podem ser divididos para que a análise ocorra por partes. Colha-se trecho da resposta ofertada pela comissão:

Reforça-se que uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 1 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única, consoante alínea “b” do item 14.3.24.

O questionamento que deu espaço a resposta acima exposta exemplifica a apresentação de vídeos. Se, por ventura, a infundada alegação ofertada pela recorrente FBS fosse levada a cabo, cada cena de um vido, os cortes, ou mesmo o ato de legenda-lo seriam considerados individualmente, e logo, sequer seria possível calculá-los.

Tal conexão expõe o quão apelativo é o discurso da recorrente, que desamparada de qualquer motivo válido para modificar o resultado de seu desempenho, abusa da via recursal por meio da apresentação de razões desconstruídas. Ainda, caso o argumento se amparasse

em qualquer meio de sustento, sua proposta também se perderia, uma vez que elementos de igual caracterização foram apresentados pela recorrente, que por sua vez, se ouvida da própria conduta.

Repisa-se: seguindo a lógica interpretativa da FSB, ela mesmo deveria ter apresentado projeto específico de identidade visual, o que não o fez por não constituir exigência editalícia ou forma individual de exemplo.

A título exemplificativo, constam na proposta da FSB diversos elementos visuais, incluindo um selo identificado como “O direito é aprender”, que, segundo sua própria interpretação, configuraria peça adicional não computada:





Ante o exposto, evidente a improcedência das alegações da recorrente quanto à suposta extração do limite de peças corporificadas, devendo ser mantida a classificação da in.Pacto.

No que tange às alegações da FSB de que a in.Pacto teria obtido “vantagem ilícita de grande impacto” e que supostamente não teria incluído no orçamento os valores referentes às

ações/peças mencionadas, cumpre esclarecer que tais afirmações carecem de veracidade e de fundamento jurídico. A licitante, mais uma vez, demonstrou comportamento anticompetitivo, em claro tom de desespero, na busca por alterar sua classificação, que resulta do próprio empenho. Com isso, resta deduzir uma tentativa de influenciar a decisão da Comissão julgadora.

Se tivesse feito análise real do Plano de Implementação apresentado pela in.Pacto, especificamente do orçamento, veria as evidências que todos os elementos e ações previstos foram devidamente contemplados no planejamento financeiro, em estrita observância ao disposto no item 14.3.28 do edital.

A recorrente, ao alegar genericamente supostas vantagens ilícitas, não indica com precisão quais seriam os itens específicos ausentes do orçamento, limitando-se a formulações vagas e imprecisas, o que evidencia a fragilidade de sua argumentação. Tal postura não convém os princípios licitatórios, que exigem a indicação precisa dos pontos atacados.

Quanto à alegada violação aos princípios da isonomia e da vinculação ao instrumento convocatório, cabe ressaltar que a in.Pacto atuou em estrita conformidade com as regras editalícias, submetendo-se aos mesmos critérios avaliativos aplicados às demais concorrentes.

A alegação da FSB de que esta licitante teria omitido informações essenciais referentes à execução, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações no cronograma, bem como a indicação dos respectivos públicos e períodos, não merece prosperar. Verificando-se a proposta da FSB, constata-se que ela apresentou seus conteúdos com identidade visual e o selo “O direito é aprender”, contudo, em contradição, a licitante **não contemplou em seu orçamento a execução de referidos elementos**. Cumpre salientar que o edital prevê itens específicos para este tipo de produção, a saber:

#### 4.15. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para relações públicas

##### 4.15.1 Projeto Gráfico

**Desritivo:** Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex.: jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou webs, newsletters, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no briefing de trabalho.

**Entregáveis:** Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

##### 4.15.2 Diagramação de peças de multimídia

**Desritivo:** Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex.: jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou webs, newsletters, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no briefing de trabalho.

A omissão da FSB em incluir tais itens em seu orçamento conduz à inevitável conclusão de que toda e qualquer ação por ela proposta careceria de identidade visual e diagramação, sejam selos ou elementos compositivos de suas peças. Ou seja: nenhuma peça entregue poderia acompanhar identidade visual. Por outro lado, a recorrente acresce a sua proposta diversos itens e ícones visuais, propondo-se a fornece-los em eventual contratação, se existem elementos gráficos, e se estes se dispõem a atender o objeto do edital, devem necessariamente acompanhar a relação orçamentaria, caso contrário haveria clara distorção entre a proposta ofertada e os valores efetivamente dispendidos pela administração ao longo da prestação dos serviços.

Neste sentido, é necessário que se faça o questionamento: como a FSB apresentou suas peças sem orçar o projeto gráfico ou diagramação, quando nenhum outro item previsto no edital contempla tal possibilidade, senão os itens 4.15.1 e 4.15.2?

Em contrapartida, a in.Pacto, de forma correta e em estrita observância às regras editalícias, procedeu à correta orçamentação de projetos gráficos e diagramações de peças multimídia, que fundamentam a identidade visual das peças apresentadas, conforme se verifica no orçamento detalhado constante de sua proposta.

#### Releases interativos

#### 4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa

#### 4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa

#### 4.15.1 Projeto Gráfico

#### 4.15.2 Diagramação de peças multimídia

Release sobre a Caravana	4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa 4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa 4.15.1 Projeto Gráfico 4.15.2 Diagramação de peças multimídia
Publicação "Fazendo escola lado a lado com você"	4.1 Projeto Editorial Nacional e Regional 4.15.1 Projeto Gráfico 4.15.2 Diagramação de peças multimídia 4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa 4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa

**Verifica-se, portanto, que a FSB, ao atribuir à in.Pacto suposto descumprimento relativo à identidade visual, cai em contradição argumentativa, e vidência com claridade a falha presente em sua proposta ao não orçar adequadamente a identidade visual por ela própria criada e ofertada.**

A in.Pacto demonstra, de forma cabal, que não extrapolou o limite de 05 (cinco) peças previsto no edital e que todos os elementos de sua proposta foram devidamente contemplados em seu orçamento. Por outro lado, constata-se que a FSB apresentou identidade visual análoga, que não pode ser considerada como peça adicional, mas, paradoxalmente, não incluiu em seu orçamento a execução do serviço.

O pleito de desclassificação formulado pela FSB, fundado em alegações genéricas e carentes de suporte real, evidencia mero inconformismo com o resultado do certame e tentativa de reverter, por vias atravessadas, a decisão técnica da comissão, que reconheceu a superioridade da proposta da in.Pacto.

Compete ressaltar que os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e da isonomia entre os licitantes preconizam que não se deve desclassificar uma proposta com base em alegações infundadas de descumprimento formal, sobretudo quando a avaliação técnica especializada atestou sua conformidade com as exigências do edital.

## V.1.2 DA DAS ALEGAÇÕES QUANTO AO LIMITE DE PÁGINAS

No que concerne ao suposto descumprimento do limite de páginas, verifica-se que a argumentação da FSB também se dá em torno da identidade visual desenvolvida pela in.Pacto, amparando-se em alegações rasas e aduzindo, sem o devido suporte objetivo, que a in.Pacto teria extrapolado os parâmetros fixados nos itens 14.3.6 e 14.3.7 do instrumento convocatório.

Tal argumento, destituído de evidência concreta, evidencia uma tentativa temerária de desqualificar a proposta vencedora. Cumpre salientar que a in.Pacto observou criteriosamente os limites estabelecidos no edital, a saber:

1. Para os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação e da Solução de Comunicação: limite máximo de 15 (quinze) páginas no conjunto, conforme disciplina o item 14.3.6;
2. Para os textos do Plano de Implementação: limite máximo de 15 (quinze) páginas no conjunto, em consonância com o item 14.3.7.

A proposta técnica apresentada por esta licitante foi elaborada em estrita conformidade com os parâmetros supracitados, inexistindo qualquer extração que pudesse caracterizar inobservância às regras editalícias. Neste sentido, cumpre destacar que a Subcomissão Técnica, no exercício de sua competência avaliativa, após minucioso exame da proposta da in.Pacto, não identificou quaisquer irregularidades quanto à extensão do documento, corroborando a plena adequação aos requisitos estabelecidos no edital.

Faz-se ressaltar que a própria recorrente não apresenta elementos probatórios concretos que evidenciem desrespeito ao limite de páginas, restringindo-se a alegações genéricas, desprovidas de fundamentação específica, o que denota a fragilidade de sua tese argumentativa.

### V.1.3 DO PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO FEITO PELA FSB

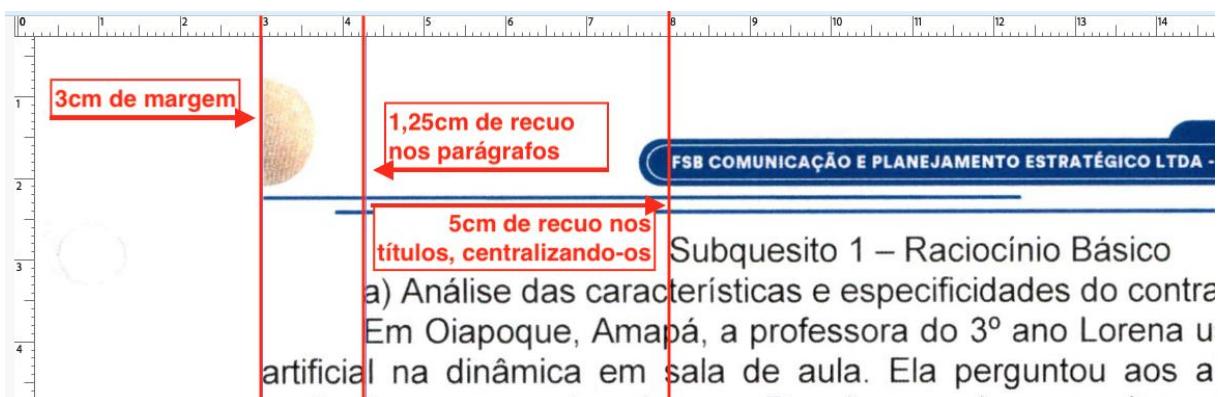
A recorrente tenta construir a ideia de desvirtuamento das condições editalícias na leda tentativa de ensejar a desclassificação da in.Pacto, valendo-se de acusações inconsistentes.

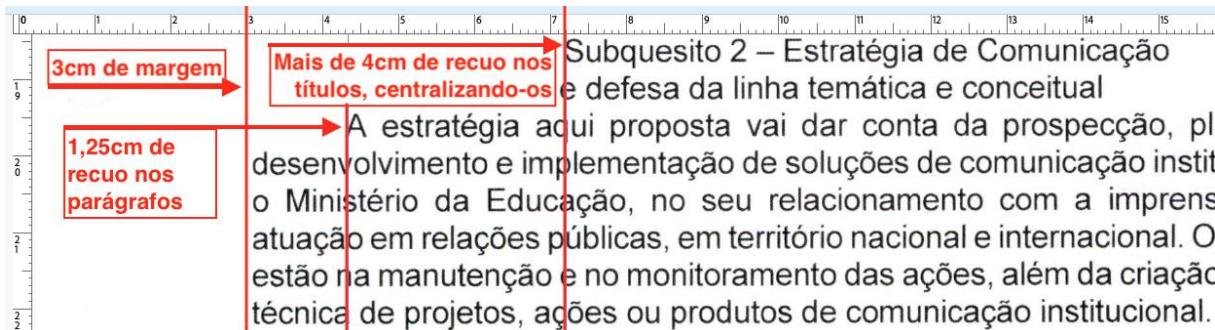
Além de buscar, sem qualquer razão para tanto, descredibilizar a hígida proposta desta concorrente, a recorrente FBS busca afastar a análise de critérios editalício de sua própria proposta, uma vez que esta, verdadeiramente, fere a disposição apontada pelo instrumento convocatório. Patente se faz o uso do direito de resposta dado à in.Pacto para reforçar argumentos apresentados feitos em seu recurso, que comprovam que a própria FSB sim é que descumpre regra expressa do Aviso nº 02 da Comissão ao aplicar formatação irregular em sua proposta técnica. Em vez do recuo de 1,25 cm exigido para os parágrafos, a FSB centralizou os títulos dos subquesitos e utilizou recuos superiores, infringindo diretamente as diretrizes obrigatórias estabelecidas no item 6 do referido Aviso.

**6. Parágrafos:**

Devem ter um recuo de 1,25 cm da margem esquerda para o corpo do texto.

Essa infração não é meramente estética, mas compromete o princípio da isonomia e a vinculação ao instrumento convocatório, já que a padronização foi criada justamente para assegurar o anonimato e igualdade entre os concorrentes. Ao diferenciar visualmente sua proposta, a FSB descumpre o formato vinculante, tornando sua proposta passível de desclassificação imediata, (alínea “a” do item 14.13) conforme previsto no próprio edital e reiterado no recurso apresentado pela in.Pacto.





Ao adotar formatação distintiva, a FSB diferenciou sua proposta das demais concorrentes que seguiram rigorosamente as normas editalícias, como a in.Pacto. Esta violação compromete a isonomia do certame e constitui vício insanável que, nos termos do próprio edital, justificaria a desclassificação imediata da proposta. Com isso, faz-se recorrer ao item 14.13 do edital, que trata dos critérios de desclassificação. A FSB se enquadra na alínea “a”, ao apresentar proposta passível de identificação.

14.13. 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 – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;
- b) não alcançar, no total, 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

Não, há sequer, falar em interpretação subjetiva ou ampla neste aspecto, vez que aqui o edital é claro e pontual ao delimitar qual formato e espaçamento devem ser observados pelas concorrentes, e elimina precisamente a possibilidade de se compreender de forma branda a previsão editalícia, ao reforçar a normativa por meio dos esclarecimentos de nº 10 e 21.

No corpo da resposta a comissão é precisa e retilínea ao prever que o espaçamento deve observar estritamente a disposição editalícia, limitando-se ao recuo de 1,25, que necessariamente deve ser justificado, o que por sua vez, deve ser estritamente respeitado de maneira isonômica pelas partes. Note-se:

**Resposta 1:** Em resposta ao pedido de Esclarecimento nº 21, informa-se que todos os textos devem ter parágrafos com recuo de 1,25 cm da margem esquerda para o corpo do texto, conforme orientação contida no tópico 6 do Aviso 2 (Orientações para Formatação da Proposta Técnica) e serem justificados, ou seja, alinhados à esquerda e à direita, consoante tópico 1 do mesmo Aviso, de acordo com o exemplo abaixo:

Exemplo:

“Com o item 1 informa que os textos devem ser justificados, “alinhados à esquerda e à direita”, e o item 6 diz que os parágrafos devem ter recuo de 1,25 cm, solicito esclarecer se é (...).”

O descumprimento da norma editalícia não pode ser ignorado, uma vez que afasta e diferencia as propostas, criando margem a identificação e diferenciação entre as proponentes. Neste sentido, a jurisprudência pátria é firme e aponta a necessária desclassificação da proposta apresentada, a fim de garantir a segurança e lisura do processo licitatório:

EMENTA: ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. REEXAME NECESSÁRIO E RECURSO DE APELAÇÃO. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. LEI Nº 12.232/2010. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA. VIA NÃO IDENTIFICADA. ENCADERNAMENTO. DESATENDIMENTO À PADRONIZAÇÃO DISPOSTA NO EDITAL DO CERTAME. POTENCIAL IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE. REQUISITO DE VALIDADE DA PROPOSTA. VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS DA ISONOMIA, DO

## CARÁTER COMPETITIVO DA LICITAÇÃO, DA MORALIDADE E DA IMPESSOALIDADE.

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. A padronização exigida para apresentação das propostas decorre da imperiosa necessidade de se preservar a imensoalidade 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. 6<sup>a</sup>, XII e XIII da Lei nº 12.232/2010.

5. Reexame Necessário e Recurso de apelação desprovidos, à unanimidade.

#### ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, ACORDAM os Excelentíssimos Senhores Desembargadores integrantes da Primeira Câmara de Direito Público deste Tribunal de Justiça, à unanimidade, em NEGAR PROVIMENTO ao Reexame Necessário e ao Recurso de Apelação da empresa IMPACTO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, na conformidade do relatório e voto do relator, que passam a integrar o presente julgado.

Desembargador JORGE AMÉRICO PEREIRA DE LIRA, Relator  
(APELAÇÃO / REMESSA NECESSÁRIA 0008341-12.2022.8.17.2001, Rel. JORGE AMERICO PEREIRA DE LIRA, Gabinete do Des. Jorge Américo Pereira de Lira, julgado em 25/07/2023, DJe )

Ora, a acertada previsão editalícia não busca criar obstáculos impossíveis de se respeitar, mas apenas evitar que haja qualquer recurso ou meio de se identificar a proposta e torná-la pessoal, permitindo um julgamento parcial e favorável à licitante. Assim, não é adequado que se permita o uso de formatação diversa daquela que outrora fora minuciosamente discriminada, no edital e na resposta aos questionamentos.

Ainda do pedido de desclassificação contra a in.Pacto – e como direito de resposta –, reforça-se outro erro passível de desclassificação. Nota-se que FSB é quem descumpriu com as normas editalícias. Como apontado no recurso desta licitante, o primeiro relato apresentado pela FSB trata de um case de comunicação digital da Embratur, o que contraria o objeto central da licitação, que é a comunicação institucional. O edital exige que os relatos estejam diretamente vinculados à prática institucional, conforme item 14.5.2, o que não foi atendido. A proposta da FSB baseia-se em métricas de redes sociais, engajamento online e distribuição digital de conteúdo, sem qualquer referência consistente a

**estratégias institucionais. Isso sim é prova de não conformidade com o edital e necessária desclassificação.**

A confusão a cerca do objeto da contratação, evidente na proposta da licitante, vai de encontrar a previsão dada pela instrução normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que restringe a ampliação do objeto da contratação, impedindo que abarque mais de uma forma de comunicação em um mesmo contrato. Note-se:

**Do Objeto da Licitação**

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.

A proposta da recorrente, aproveita recursos técnicos de conteúdo estranho ao edital, na tentativa de ampliar sua proposta, ou mesmo, pela insuficiência de relatos que comprovem a capacidade técnica de subsidiar a necessidade da contratante.

Essa desconformidade não é um detalhe técnico ou meramente formal, mas uma falha estrutural, pois o relato apresentado foge do escopo e objeto definidos no instrumento convocatório. Como agravante, a FSB ainda se apropria de resultados macroeconômicos do setor turístico, como aumento no fluxo de turistas e geração de divisas, como se fossem consequência direta de suas ações, ignorando variáveis externas como políticas públicas, conjuntura econômica e a retomada do turismo pós-pandemia.

Portanto, a proposta da FSB apresenta vícios formais e materiais que comprometem sua validade e ferem os princípios licitatórios. A nota atribuída está completamente desalinhada com a análise técnica realizada pela própria banca, o que justifica não só a revisão da pontuação, como também a desclassificação da proposta, dada a inadequação do objeto apresentado em relação ao que foi exigido.

## V.1.6 DO PEDIDO

Ante todo o exposto, a in.Pacto respeitosamente requer que as alegações formuladas pela FSB sejam rejeitadas em sua totalidade, considerando que esta licitante apresentou proposta técnica substancialmente robusta, em estrita consonância com as diretrizes editalícias, observando o número de peças e páginas dentro dos limites estabelecidos, com a devida orçamentação de todas as ações propostas. Solicita, portanto, **A MANUTENÇÃO DA CLASSIFICAÇÃO DA IN.PACTO EM PRIMEIRO LUGAR NO CERTAME**, em observância aos princípios basilares da legalidade, isonomia, julgamento objetivo e vinculação ao instrumento convocatório, pilares fundamentais que norteiam o procedimento licitatório.

Adicionalmente, a in.Pacto reitera sua solicitação de **IMEDIATA DESCLASSIFICAÇÃO** da FSB do presente certame, com fundamento no descumprimento das regras formais de apresentação estabelecidas no Aviso nº 02, especificamente quanto à formatação irregular com recuo duplicado, bem como pela apresentação de relato de Comunicação Digital, em manifesta desconformidade com o objeto licitado.

A desclassificação da concorrente FBS configura medida necessária, alinhada com a gravidade das falhas cometidas pela recorrente, devendo ser efetivada em estrita observância aos princípios do julgamento objetivo, isonomia e vinculação ao instrumento convocatório, que são alicerces do procedimento licitatório, especialmente em respeito às demais licitantes que atenderam integralmente às exigências estabelecidas no edital, no Aviso nº 02 e nas demais regras editalícias.

## V.2 DA ACUSAÇÃO DE ITENS NÃO PRECIFICADOS NO ORÇAMENTO

Após análise criteriosa do recurso interposto pela FSB, verifica-se novamente que suas alegações referentes à suposta ausência de precificação de determinados itens no orçamento desta licitante revelam-se manifestamente improcedentes e evidenciam conduta questionável, tendente a induzir esta Comissão a equívoco mediante interpretações distorcidas dos fatos.

A acusação de que a in.Pacto teria descumprido o item 14.3.28 do edital por suposta omissão na inclusão de diversos itens em seu orçamento revela-se sem fundamentos. Se realmente tivesse feito análise do Plano de Implementação da in.Pacto, a FSB constataria evidências de que todos os elementos mencionados na proposta encontram-se devidamente orçados, em estrita observância às exigências editalícias.

1. A FSB sustenta que esta licitante menciona “perfis de profissionais e veículos de comunicação”, sem, contudo, especificá-los na planilha orçamentária. Tal alegação é inverídica, haja vista que o referido item se encontra devidamente contemplado no orçamento sob a rubrica “Mapa de Influenciadores” (item 3.4), com complexidade classificada como “média - regional”, ao custo de R\$ 47.600,00 (quarenta e sete mil e seiscentsos reais).

Mapa de Influenciadores	3.4 Mapa de Influenciadores Nacional e Regional	Média - Regional
Média - Regional	1	47.600,00

O próprio edital, em seu Termo de Referência, estabelece que o item 3.4 - Mapa de Influenciadores Nacional e Regional consiste na “identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e formadores de opinião (influenciadores), no contexto nacional e regional, que influenciam as percepções do cidadão e produzem informações convergentes ou divergentes em relação aos temas de interesse da contratante”.

2. No que se refere aos releases interativos e ao release sobre a caravana, a FSB alega que a in.Pacto teria previsto tais itens sem a correspondente alocação orçamentária. Tal argumentação é facilmente refutável mediante análise do orçamento, que contempla: a) Para os releases interativos: itens de “Produção de conteúdos textuais para imprensa” (Média, 3 unidades), “Edição de conteúdos textuais para imprensa” (Média, 3 unidades), “Projeto Gráfico” (Média, 1 unidade) e “Diagramação de peças multimídia” (Baixa, 3 unidades); b) Para o release sobre a caravana: itens de

“Produção de conteúdos textuais para imprensa” (Baixa, 1 unidade), “Edição de conteúdos textuais para imprensa” (Média, 1 unidade) e “Diagramação de peças multimídia” (Baixa, 1 unidade).

4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa	Média	3
4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa	Média	3
4.15.1 Projeto Gráfico	Média	1
4.15.2 Diagramação de peças multimídia	Baixa	3
4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa	Baixa	1
4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa	Média	1
4.15.1 Projeto Gráfico	Precificado em Releases interativos	
4.15.2 Diagramação de peças multimídia	Baixa	1

A FSB, conduziu o recurso com evidente parcialidade e intenção desestabilizadora ao inferir que a produção e edição de conteúdos textuais contabilizaram o volume total de textos, quando o edital estabelece que a contabilização se dá por profissional, que elaborará múltiplos textos. Os itens 4.3 e 4.4 do Termo de Referência são claros quanto a esta definição, dispondo expressamente que:

*“4.3 Produção de conteúdos textuais para imprensa (...)  
Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade, estima-se que até 2.400 conteúdos textuais de baixa complexidade equivalem a 4 profissionais júnior durante 12 meses, até 720 conteúdos textuais de média complexidade equivalem a 2 profissionais pleno durante 12 meses, e até 120 conteúdos textuais de alta complexidade equivalem a 1 profissional sênior durante 12 meses”.*

*“4.4 Edição de conteúdos textuais para imprensa (...)  
Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade, estima-se que até 3.120 conteúdos textuais de média complexidade equivalem a 3 profissionais pleno durante 12 meses, e até 120 conteúdos*

*textuais de alta complexidade equivalem a 2 profissionais sênior durante 12 meses”.*

**Cumpre reforçar que a própria FSB incorreu em grave omissão ao não contemplar em seu orçamento os itens referentes a “Projeto Gráfico” e “Diagramação”, mesmo tendo apresentado peças gráficas, diagramadas, que dependem destes serviços para sua execução.** Tal inconsistência mostra contradição em sua argumentação, porque imputa a esta licitante suposta falha que ela própria cometeu.

Face ao exposto, é evidente a improcedência das alegações da recorrente quanto à suposta ausência de precificação de itens no orçamento, devendo ser mantida a classificação da in.Pacto em primeiro lugar, em observância aos princípios da legalidade, isonomia, julgamento objetivo e vinculação ao instrumento convocatório.

3. No que se refere aos infográficos, a FSB afirma que a in.Pacto “sugere infográficos, porém na tabela de orçamento não há item específico”. Tal alegação é claramente improcedente, considerando que os infográficos encontram-se devidamente contemplados nos itens “Conteúdo para apresentação”, “Diagramação e animação de apresentação” e “Projeto gráfico”, constantes do orçamento apresentado pela in.Pacto. É importante ressaltar que o Catálogo de Produtos e Serviços que integra o edital não estabelece produto ou serviço específicos sob a denominação “infográficos”, sendo tais elementos contemplados nas categorias de produção de conteúdo e diagramação, procedimento exatamente adotado pela in.Pacto, em estrita observância às diretrizes editalícias.

Reitera-se que, caso a FSB houvesse procedido a uma análise verdadeiramente criteriosa do cronograma e do orçamento apresentados por esta licitante, verificaría a perfeita coesão e coerência entre as ações propostas e os itens orçados. Todas as ações previstas no cronograma encontram-se devidamente contempladas no orçamento, com quantitativos adequados e valores em conformidade com o Catálogo de Produtos e Serviços estabelecido no edital.

Ante o exposto, fica evidente que a alegação de descumprimento do item 14.3.28 do edital pela FSB carece de fundamento fático e jurídico, constituindo mera tentativa desesperada da licitante de induzir a Comissão a equívoco, com o intuito de reverter o resultado do certame que, acertadamente, reconheceu a excelência técnica da proposta apresentada pela in.Pacto.

## DO PEDIDO

A in.Pacto, diante do recurso interposto pela FSB, vem esclarecer que seu Plano de Implementação encontra-se em perfeita consonância com as exigências estabelecidas no instrumento convocatório.

O Plano de Implementação apresentado por esta licitante atende integralmente aos requisitos do edital, contendo cronograma detalhado de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação institucional, com a devida indicação dos respectivos públicos e períodos, bem como orçamento minucioso para desenvolvimento das ações propostas, com os respectivos valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em sua execução técnica.

Considerando que a única observação feita pela Subcomissão Técnica referiu-se aos “termos usados na legenda” - ponto já esclarecido no recurso desta licitante, haja vista que o plano não contém legendas propriamente ditas, mas sim cabeçalhos e títulos claramente identificados - e tendo em vista a excelência técnica do Plano de Implementação apresentado, a in.Pacto solicita, respeitosamente, **requer a revisão da pontuação atribuída, de 19 (dezenove) para 20 (vinte) pontos e a desconsideração do recurso da FSB.**

A revisão da nota encontra amparo nos princípios do julgamento objetivo e da proporcionalidade, considerando que o Plano de Implementação apresentado atende plenamente aos critérios estabelecidos no edital e que a observação feita pela Subcomissão Técnica não configura falha que justifique a subtração de pontos.

### V.3 DA TENTATIVA DE JULGAMENTO, INTERPRETAÇÃO EQUIVOCADA E GRAVES ACUSAÇÕES SOBRE A PROPOSTA DA IN.PACTO PELA FSB

A FSB apresenta recurso que extrapola completamente os limites legítimos de uma peça recursal, pretendendo, na prática, substituir a Comissão no papel de avaliação e julgamento das propostas. É fundamental esclarecer que o recurso administrativo não se presta a um novo julgamento da proposta, mas sim a apontar eventuais vícios formais ou materiais no processo de avaliação – deve-se buscar erros concretos.

No entanto, o que se observa no recurso da FSB é uma tentativa deliberada de reanálise subjetiva de cada elemento da proposta da in.Pacto, como se a recorrente pudesse realizar um julgamento enviesado e paralelo ao da Comissão. Reforça-se que tal conduta pode erroneamente influenciar a decisão da banca julgadora.

Cumpre ressaltar que as licitantes não possuem a prerrogativa de questionar o mérito da avaliação técnica com base em interpretações pessoais ou divergências de entendimento. Tal conduta representa uma invasão indevida na competência exclusiva da Administração Pública de avaliar tecnicamente as propostas apresentadas. O ato é capaz de evidenciar o descontentamento particular da recorrente com a desenvoltura da sua própria apresentação. A técnica aqui foi descartada pela recorrente que se vale de artifícios infundados, incapazes de sustentar qualquer análise criterial, mas apontam, tão somente a fragilidade da proposta outrora apresentada pela recorrente.

O recurso apresentado pela FSB configura, portanto, não um instrumento legítimo de contestação, mas uma estratégia inadequada de rediscussão integral do julgamento, o que é expressamente vedado pelos princípios licitatórios. Desse modo, requer-se, já de início, o não reconhecimento dos argumentos recursais da FSB que extrapolam os limites legais de questionamento, por configurarem tentativa inadequada de substituição do julgamento técnico originalmente proferido pela Comissão.

#### V.3.1 Da abordagem sistemica e articulada da proposta da in.Pacto

A FSB, em suas razões recursais, alega que a in.Pacto teria desconsiderado a complexidade da educação no Brasil, propondo “dar conta do desafio do edital com uma ação pontual, sem qualquer visão estratégica”. Tal interpretação, contudo, demonstra análise superficial e seletiva da proposta apresentada pela in.Pacto, evidenciando uma leitura parcial e tendenciosa que visa a meramente depreciar a pontuação obtida pela primeira colocada.

Em clara oposição à acusação da FSB, a proposta da in.Pacto foi desenvolvida com rigorosa atenção à abordagem sistêmica demandada no briefing, apresentando uma estratégia articulada que compreende, de forma abrangente, a complexidade do sistema educacional brasileiro. A estratégia de comunicação proposta pela in.Pacto não se resume a uma “caravana”, como tenta reduzir de maneira desesperada a concorrente. Trata-se, na verdade, de uma estratégia estruturada em três fases complementares e interconectadas.

Diferentemente do que afirma a FSB, a proposta da in.Pacto reconhece e aborda a necessidade de “tratamento sistêmico” ao apresentar um plano que integra diferentes níveis de atuação, desde o mapeamento de influenciadores locais, passando por entrevistas coletivas com presença de autoridades dos três níveis de governo (União, estados e municípios), até a produção e disseminação de conteúdos que dão visibilidade às boas práticas educacionais.

### V.3.2 Da mobilização coordenada e articulação federativa

A proposta da in.Pacto promove efetiva mobilização e articulação federativa ao prever, explicitamente, a participação conjunta do ministro da Educação, secretários estaduais e gestores municipais nas entrevistas coletivas e visitas às escolas selecionadas.

Esta articulação federativa é claramente evidenciada na página 9 da proposta, quando a in.Pacto propõe que “caberá à equipe de atendimento propor que grupos locais de comunicação nos estados tornem-se parceiros institucionais da iniciativa” e que seja elaborado um “documento para alinhamento institucional [...] que será enviado às gestões

públicas estaduais e municipais envolvidas para esclarecer a caravana e convidar à participação”.

O próprio conceito “MEC: fazendo escola lado a lado com você” expressa, literal e simbolicamente, a parceria entre o Ministério e as redes de ensino, em total consonância com o pacto federativo que rege a política educacional brasileira.

### V.3.3 Da abordagem concreta dos três programas prioritários

Em contradição à acusação da FSB, a proposta da in.Pacto aborda de forma específica e concreta os três programas prioritários (Compromisso Nacional Criança Alfabetizada, Escola em Tempo Integral e Pé-de-Meia) ao prever, nas visitas a cada estado, a seleção de escolas representativas de cada etapa da educação básica:

*“Em cada estado (dos cinco indicados no briefing), serão visitadas três escolas, contemplando uma de ensino fundamental 1 (com foco no Compromisso Criança Alfabetizada), uma de ensino fundamental 2 (com foco mais específico no Escola em Tempo Integral) e outra de ensino médio (com foco em ações que ajudam a reforçar os resultados almejados pelo Programa Pé-de-Meia)”.*

Esta distribuição demonstra perfeito alinhamento ao objeto do briefing e compreensão da interconexão entre as diferentes etapas da educação básica e os programas prioritários definidos pelo MEC.

### V.3.4 Da visão estratégica da proposta

A FSB questiona “como as transformadoras políticas desenvolvidas ou retomadas desde 1º de janeiro de 2023 serão percebidas a partir de uma ‘caravana’”, demonstrando incompreensão sobre o papel estratégico da comunicação institucional.

A proposta da in.Pacto não se limita a “registrar projetos nas escolas”, como simplifica a recorrente. Ela estabelece uma estratégia de comunicação que transforma experiências locais bem-sucedidas em símbolos das políticas públicas nacionais, demonstrando na prática como as diretrizes federais se materializam em resultados concretos no “chão da escola”. O plano prevê a produção de conteúdos multiplataforma (textos, áudios, vídeos e publicação final) que dão visibilidade às políticas educacionais implementadas pelo MEC, com ênfase no papel articulador do Ministério junto às redes estaduais e municipais de ensino.

A proposta da in.Pacto foi reconhecida pela Subcomissão Técnica como tecnicamente superior, o que se reflete na pontuação obtida. Alguns elementos que evidenciam esta superioridade:

1. Abordagem focada na regionalização: ao contrário da proposta genérica da recorrente, a in.Pacto propõe ações específicas para cada um dos cinco estados priorizados no briefing;
2. Visão multidimensional da comunicação: a proposta integra dimensões jornalísticas, relacionais e institucionais, sem confundir o objeto da licitação com comunicação digital;
3. Concretude e exequibilidade: o plano apresenta ações concretas, orçadas de forma realista e exequíveis no prazo determinado pelo briefing;
4. Alinhamento ao pacto federativo: a estratégia respeita e valoriza o papel dos entes federados, sem impor uma visão centralizada da União.

Por fim, cumpre destacar que a utilização da caravana como elemento estratégico da comunicação institucional não representa, como tenta sugerir a FSB, uma simplificação da complexidade educacional, mas uma escolha metodológica fundamentada na visualização e disseminação de experiências concretas como forma de materializar políticas públicas abstratas para a sociedade.

### V.3.5 Das acusações em torno do Raciocínio Básico apresentado pela in.Pacto

### V.3.5.1 Quanto à acusação de que a proposta da in.Pacto se restringiu ao contexto atual do MEC (itens 50-52)

A proposta da in.Pacto apresenta, sim, uma análise histórica e contextual, com foco na reconstrução recente das políticas educacionais e no papel do MEC na superação das desigualdades sociais e regionais. Optou-se por uma abordagem estratégica, que prioriza a realidade contemporânea do MEC e seus desafios mais urgentes – exatamente como estabelece o briefing do edital. Diferentemente da FSB, que optou por um longo retrospecto histórico desde 2003, a in.Pacto atentou-se à orientação do edital que destaca os programas atuais da educação básica como prioridade (Pé-de-Meia, Escola em Tempo Integral e Criança Alfabetizada). A abordagem da in.Pacto é, portanto, pertinente, atualizada e alinhada com o desafio posto pela Administração. **Novamente, não cabe à FSB julgar, subjetivamente, a proposta da in.Pacto.**

### V.3.5.2 Quanto à alegada omissão de temas e atores relevantes, como EBSERH (item 53)

A in.Pacto focou na comunicação institucional voltada à educação básica, conforme orientação clara do edital e do briefing – que enfatizam os desafios estruturantes dessa etapa. O detalhamento de instituições como a EBSERH, vinculadas ao ensino superior, foge do escopo central exigido no certame. Portanto, a ausência de menção à EBSERH não representa omissão, mas sim coerência com a demanda proposta.

A FSB afirma que “para explicitar o contexto institucional do MEC, a FSB demonstrou compreensão aprofundada do ministério e de educação brasileira, sem deixar de fora nenhuma instituição, como a rede de hospitais universitários e a Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH)”, que “a proposta da InPacto, por outro lado, ignorou que o MEC possui um papel transversal nas políticas públicas como a Saúde. Esse lapso da FSB aponta para uma visão parcial e imprecisa do posicionamento institucional do MEC (...)” e que “o briefing do edital é muito claro no sentido de que se deve propor uma visão do todo da educação brasileira, algo que a InPacto não realizou em sua proposta ao desconsiderar por completo a rede de hospitais universitários em seu diagnóstico”. Todas essas citações apenas comprovam que a FSB errou em seu diagnóstico, pois o edital trata da Educação Básica e

não pós-graduação ou mesmo serviços hospitalares. Mais grave, no entanto, é a licitante continuar reafirmando esse entendimento, o que mostra sua incapacidade técnica na interpretação do briefing. Assim, tenta desqualificar a in.Pacto que atentou-se devidamente ao que demandava o edital.

#### *V.3.5.3 Sobre a acusação de ausência de análise de mídia e de dados (itens 54-60)*

A proposta da in.Pacto traz, sim, dados relevantes sobre a visibilidade do MEC na imprensa e no ambiente digital, com análise qualitativa e diagnóstica de percepção pública. A FSB desconsidera que a proposta menciona expressamente a avaliação de mais de 620 mil menções e classifica percentualmente a percepção pública (p. 4 da proposta), distinguindo dados neutros, negativos e positivos. Tal análise é suficiente e atende plenamente ao diagnóstico exigido, mesmo sem o volume numérico detalhado das fontes jornalísticas apresentado pela FSB, o qual, embora volumoso, não é exigência editalícia. A proposta da in.Pacto baseia-se, portanto, em dados reais e relevantes, desmentindo a acusação de “impressionismo”.

#### *V.3.5.4 Quanto à divisão de públicos feita pela in.Pacto (itens 61-67)*

A divisão apresentada pela in.Pacto reflete uma compreensão detalhada e estratégica dos diversos públicos envolvidos na política educacional, organizados por prioridade de comunicação. Essa segmentação visa personalizar estratégias e linguagens, e não “fragmentar” o tecido educacional, como acusa a FSB. A classificação em grupos prioritários, secundários e terciários é uma prática comum em comunicação institucional e visa à efetividade e à mensuração de impacto, atendendo inclusive ao princípio da economicidade na administração dos recursos públicos. Criticar essa estrutura é desconsiderar os avanços da própria área da comunicação em governança pública. A concorrente ataca justamente por não ter feito no mesmo nível técnico superior da in.Pacto.

#### *V.3.5.5 Quanto à suposta ausência de menção a organizações como Todos Pela Educação e Jeduca (item 68-69)*

Trata-se de uma tentativa forçada de desqualificação. O edital não obriga a menção a organizações específicas. Ademais, a proposta da in.Pacto inclui, sim, um Mapa de Influenciadores, ferramenta prevista no Plano de Implementação, que será responsável por identificar e mobilizar os atores relevantes da comunicação educacional, inclusive os mencionados. A ausência de nomeação prévia dessas entidades na proposta não compromete, de forma alguma, a efetividade da estratégia proposta. A FSB acredita que o que ela apresenta deve ser norma para as demais licitantes, como se seu texto fosse referência neste certame.

#### **V.3.5.6 Quanto ao tamanho do texto do último item do subquesito 1 (itens 70-72)**

A recorrente tenta transformar quantidade de linhas em critério de julgamento, o que é claramente improcedente e inadequado. A Comissão Técnica avaliou conteúdo, não extensão textual. O que importa é a clareza, consistência e aderência ao desafio de comunicação, o que a proposta da in.Pacto comprovadamente apresenta – inclusive com foco nos programas prioritários, articulação federativa e plano de comunicação estruturado.

#### **V.3.5.7 Sobre a acusação de que a proposta não responde ao desafio dos cinco estados (itens 73-75)**

A proposta da in.Pacto é a única que realiza diagnóstico específico por praça, e desenha uma caravana estratégica com ações e peças integradas nos cinco estados, com foco em histórias exemplares de superação, entrevistas com gestores locais e amplificação da imagem institucional do MEC. Ao contrário do que a FSB sugere, a caravana não é tática isolada, mas sim parte de uma estratégia comunicacional sistêmica e coerente com os objetivos do edital.

### **V.3.6 Das acusações em torno da Estratégia apresentada pela in.Pacto**

#### **V.3.6.1 Da alegação de ausência de linha conceitual e argumentação institucional, além das fases de execução (itens 77–82)**

A proposta da in.Pacto apresenta, desde o início do Subquesito 2, uma linha conceitual clara, coerente e baseada em dados, ancorada no conceito “MEC fazendo escola lado a lado com

você”, que traduz o espírito federativo da atuação do Ministério e sua proposta de reaproximação com a sociedade. Essa linha é resultado direto da escuta com jornalistas e da análise crítica da percepção pública atual do MEC, conforme exigido pelo edital.

Evidentemente, a FSB não teve a habilidade de fazer uma leitura qualificada da proposta da In.Pacto, que apresentou de forma clara seu conceito e sua defesa da linha temática e conceitual nos parágrafos seguintes do Subquesito (pág. 8), demonstrando de forma efetiva como esse está interrelacionado ao briefing e seus objetivos. Dessa forma, deve-se valorizar a avaliação da Subcomissão Técnica, que atentou corretamente que “atendeu os requisitos do briefing”.

Ao contrário do que afirma a FSB, a proposta não salta etapas, mas segue uma estrutura lógica de diagnóstico, fundamentação e desdobramento em fases, peças e públicos. Mais uma vez a concorrente busca, em estado de desespero, desqualificar a proposta da in.Pacto e ludibriar a Comissão com argumentos inverídicos.

Em relação ao indicado no parágrafo 81, mais uma vez verifica-se a falta de habilidade da recorrente em fazer uma leitura qualificada da proposta da In.Pacto e até de entendimento efetivo dos termos do edital. A proposta apresentada por esta licitante apresenta de forma clara a coordenação das ações e sua execução em parceria com os governos estaduais e municipais na hora de apresentar a estratégia, que está devidamente detalhada na proposta.

Por outro lado, o apontado pela FSB no parágrafo 82 foi devidamente questionado pela In.Pacto em seu recurso quando do uso de três páginas de conteúdos da proposta da concorrente que, claramente, deveriam estar no Raciocínio Básico, além da indicação de uma ideia-força que contempla oito elementos que não são desenvolvidos na estratégia e a falta de demonstração de como o conceito se traduz em diretrizes estratégicas ou como se articula com os três programas prioritários.

#### *V.3.6.2 Da acusação infundada sobre uso de pesquisa – “pesquisa-fantasma” (itens 83–87)*

**A tentativa da FSB Comunicação de desqualificar a pesquisa apresentada pela in.Pacto, rotulando-a como “pesquisa-fantasma”, ultrapassa os limites do contraditório técnico e entra no campo da anticompetitividade.** O uso de termos pejorativos em documento recursal, sem qualquer respaldo técnico ou jurídico, revela não apenas uma postura anticompetitiva, mas também uma tentativa desesperada de desonrar o trabalho sério, responsável e tecnicamente validado de uma empresa com mais de 30 anos de reputação ilibada no mercado de comunicação institucional.

Além de exceder as necessidades comuns do edital, a in.Pacto prestou-se a ofertar pesquisa hígida, capaz de ampliar o panorama de análise e fornecer uma visão da real necessidade do contratante, mas em momento algum esquivou-se de fornecer dados e fundamentos de tal pesquisa.

Se assim a comissão compreender bastará a exigência das fontes para comprovar e subsidiar a base de dados utilizadas. As fontes, todavia, se apresentadas dentro da proposta comprometeriam o espaço, limite de páginas e formatos exigidos pelo edital, elementos pelos quais esta concorrente guardou o mais profundo respeito e compromisso.

A recorrente se vale de argumento infundado, e ultrapassa os limites do razoável, apropriando-se indevidamente de um espaço justo, como é o seio recursal, cuja finalidade é apontar critérios de análise, para atacar a concorrente melhor desenvolvida. Tal comportamento merece repúdio, e não pode ser chancelando no bojo de um procedimento licitatório.

As alegações não correspondem à postura polida e respeitosa que as licitantes se obrigam a assumir quando da participação de um procedimento licitatório. A conduta, mais uma vez, evidencia quão rasa e frágil é a motivação que acompanha o instrumento recursal apresentado pela recorrente.

Afirmar, sem qualquer prova, que a pesquisa não possui bases ou fontes, é descredibilizar e apontar erro grosseiro por parte desta licitante, atribuindo-lhe a apresentação de fontes inverídicas, o que não se sustenta. A alegação, além de desrespeitosa, evidencia a tentativa

de conduzir a análise desta corte, não por fatos e fundamentos, mas por subjetividades e emoções particulares da concorrente.

Sob a ótica da legalidade, é importante lembrar que não cabe a qualquer licitante tentar reavaliar tecnicamente as propostas concorrentes. O papel da FSB neste recurso foi claramente extrapolado ao sugerir que a Comissão Técnica foi “induzida a confiar” em uma pesquisa que não teria respaldo – algo que vai contra o princípio da autoridade e da discricionariedade técnica da Comissão Julgadora, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021.

Ressalta-se que, em seu recurso, quem busca induzir a Comissão ao erro é a FSB, em clara tentativa de enganar a banca julgadora, contradizendo regras do edital. A nota atribuída à in.Pacto no Subquesito 2 foi 24 de 25 pontos — reflete parcialmente o reconhecimento explícito da qualidade da proposta pela Comissão Técnica, inclusive considerando o uso da pesquisa como um diferencial competitivo positivo. Aqui, salienta-se que a in.Pacto merece nota máxima neste subquesito.

Ressalta-se que a In.Pacto já apresentou seus devidos argumentos em relação à pesquisa em seu recurso, onde demonstramos a comprovação de sua realização e como seus dados ofereceram substância técnica suficiente para ser uma das bases da estratégia proposta – que, por ser de comunicação institucional, demanda relevante percepção do entendimento dos profissionais de Jornalismo. Inclusive, o indicado no parágrafo 92 demonstra de forma clara como a FSB não entendeu o objetivo do briefing, ao valorizar ações em redes sociais em vez do relacionamento com a Imprensa – que é o público direto de relacionamento de uma comunicação institucional. A In.Pacto apresentou detalhadamente esse problema da proposta da Recorrente em diversos momentos em seu recurso, tanto no Raciocínio Básico como na Estratégia de Comunicação.

Quanto à pesquisa em si, cumpre ressaltar que:

- Ela é claramente descrita na página 8 da proposta, com dados percentuais específicos;

- Foi realizada exclusivamente para o certame, demonstrando comprometimento com os objetivos do edital e com a realidade da comunicação institucional do MEC;
- Seus resultados são diretamente conectados à fundamentação do conceito “MEC fazendo escola lado a lado com você”, o qual não surgiu arbitrariamente, mas como resposta direta aos achados da escuta com jornalistas;
- O edital, em nenhum momento, exigiu detalhamento metodológico, amostragem, período ou cobertura geográfica. Tal exigência não existe no edital, nem nos critérios de avaliação, razão pela qual a tentativa da FSB de desqualificar a proposta com base nessa ausência é tecnicamente impertinente e juridicamente irrelevante;
- A realização da pesquisa representa um diferencial técnico legítimo e proatividade estratégica da in.Pacto – que, inclusive, não foi seguida por nenhuma das demais concorrentes, incluindo a própria FSB, que não apresentou qualquer dado ou pesquisa própria para embasar suas escolhas conceituais.

Além disso, cabe ressaltar que a escolha do grupo de jornalistas como objeto da escuta foi absolutamente pertinente e alinhada ao desafio proposto, já que o relacionamento com a imprensa é um dos eixos centrais da licitação, conforme explicitado no Termo de Referência e nos objetivos específicos do edital (como “ressaltar”, “mobilizar”, “amplificar” e “mostrar aos cidadãos” as ações do MEC). Ignorar a visão da imprensa, como a FSB sugere, seria ignorar um dos canais mais estratégicos de disseminação de informações públicas e de fortalecimento da imagem institucional do MEC.

Do ponto de vista da comunicação institucional, é amplamente reconhecido que os jornalistas são stakeholders essenciais na mediação entre governo e sociedade. Portanto, utilizar seus insumos para embasar uma estratégia de comunicação não apenas é válido, como representa uma prática contemporânea e fundamentada.

A crítica da FSB – ao questionar quem seriam os jornalistas, o que disseram e por quê – ignora completamente o fato de que a proposta da in.Pacto não usou a pesquisa com jornalistas para “definir políticas públicas”, como tenta deturpar o recurso da FSB. Pelo contrário: a pesquisa foi usada para compreender a percepção externa sobre o MEC e, a partir

disso, construir uma narrativa estratégica eficaz, como manda o bom senso da comunicação pública. Transformar essa ação em um ataque só evidencia a ausência de argumentos técnicos por parte da FSB. Ela situa-se insatisfeita por não ter apresentado pesquisa robusta com a da in.Pacto.

#### *V.3.6.3 Da acusação de visão verticalizada de comunicação (itens 88–91)*

Ao interpretar equivocadamente o uso do termo “sentido locucional”, a FSB tenta forçar a leitura de uma comunicação vertical e ultrapassada por parte da in.Pacto. Na verdade, a proposta da in.Pacto estrutura-se em três fases interdependentes, com foco em escuta ativa, entrevistas coletivas, coleta de histórias inspiradoras e mobilização da imprensa regional – ações que demandam diálogo e construção coletiva, não imposição de mensagens. O uso do termo “sentido locucional” diz respeito à centralidade institucional do MEC como fonte legítima – não à exclusividade da emissão de mensagens. A crítica, portanto, parte de uma falsa premissa e se desmonta por si só.

#### *V.3.6.4 Da tentativa de desqualificação da caravana (itens 95–100)*

A caravana proposta pela in.Pacto não é uma ação pontual, mas sim uma estratégia integrada e multifásica, composta por: apuração de histórias, mapeamento de influenciadores, media trainings, produção de podcasts, vídeo reportagens, entrevistas, e publicação final. O cronograma contempla ações específicas em cada estado com planejamento prévio, execução e consolidação de resultados, com detalhamento orçamentário e operacional em conformidade com o edital.

No que se refere a esses itens do recurso da FSB, é possível verificar mais uma vez a falta de habilidade de leitura da licitante, que desconhece todas as ações apresentadas – aliás, essa mesma concorrente que, em sua proposta, não apresentou nenhuma ação no item “O que fazer” e apenas replicou uma frase do briefing, como a In.Pacto devidamente apresentou em seu recurso.

O argumento apresentado de ser uma “mera ação pontual (...) do registro de experiências” resta esvaziado ao conhecer a proposta da In.Pacto, onde é claramente definido que, durante a Caravana, “o relacionamento com a imprensa local será aprofundado”. E que, “em torno da caravana, há um conjunto de ações que orbitam para mobilizar os diferentes agentes atuantes na escola, reforçando a narrativa de cada um dos programas indicados no briefing”. Nas etapas apresentadas a seguir na proposta da In.Pacto, essas questões são devidamente apresentadas e foram entendidas pela Subcomissão Técnica em sua avaliação.

**No parágrafo 99 do recurso da FSB, deve-se sublinhar uma clara tentativa de desinformação ao afirmar que a proposta da In.Pacto será concentrada “nos perfis digitais do MEC nas redes sociais”, quando isso não se encontra em nenhum momento da proposta. Inclusive, a In.Pacto teve o cuidado constante de apenas RECOMENDAR o uso das redes sociais na elaboração da estratégia, pois ela é de comunicação institucional, o que parece não ter sido entendido pela licitante ao se inscrever no edital.**

As mídias sociais compreendem parte importante do relacionamento com a imprensa, o que não se pode ignorar, o ato, todavia, diverge em muito, de sustentar-se quase que integralmente na experiência digital, e esquecer-se que a necessidade da comunicação institucional abarca critérios diversos, especialmente num país onde a comunicação digital não é majoritária e a cessível a todos. Assim, na primeira fase se apresentam todas as ações preparatórias para o êxito da estratégia elaborada pela In.Pacto, envolvendo pré-produção e produção de conteúdos para Imprensa, elaboração de documentos institucionais, vídeo release para a Imprensa e formação de parcerias institucionais.

Já quanto ao parágrafo 100 do recurso da FSB, nota-se que a Recorrente mais uma vez dissocia o conteúdo do edital da realidade compreendida, não entendendo o porte da proposta apresentada pela In.Pacto. **Mais uma vez, tenta, de forma desarrazoada**, limitar o entendimento da segunda fase a “uma entrevista coletiva do Ministro da Educação para a imprensa em cada estado”. Inclusive, quando a FSB afirma que não há “elaboração de narrativas de impacto”, percebe-se que ela não leu a estratégia apresentada pela In.Pacto, que claramente cita a realização de “15 video reportagens (3 em cada um dos 5 estados),

como resultado de imersão nas escolas selecionadas” e a produção de cinco episódios de podcast, inclusive para distribuição por meio de emissoras comunitárias de rádio.

As críticas da FSB revelam, mais uma vez, um viés retórico e descolado da leitura técnica do conteúdo apresentado pela in.Pacto. Ao tentar desqualificar a proposta da in.Pacto com base em critérios subjetivos e afirmações descoladas da realidade do edital, recorrendo a desinformações, a FSB incorre em conduta anticompetitiva e temerária, claramente voltada à criação artificial de nulidades e à desestabilização do julgamento técnico já realizado pela Comissão. Assim, demonstra comportamento anticompetitivo, abusando do direito de recorrer e conduziu seu recurso com evidente parcialidade e intenção desestabilizadora.

#### *V.3.6.5. Da suposta ausência de articulação com redes e imprensa local (itens 96–100)*

A proposta prevê, expressamente, ações de articulação com secretarias estaduais e municipais, convites às gestões locais, mapeamento de coletivos regionais de mídia e entrevistas coletivas com presença de gestores locais e federais, tudo conforme explicitado no Plano de Implementação. A afirmação de que não há contato com a imprensa local, em uma estratégia regionalizada, é falsa e contradiz o conteúdo do documento apresentado.

#### *V.3.6.6 Críticas a frases de impacto e linguagem conceitual (itens 101–105)*

A crítica às expressões como “escola que voa alto” e “efeito borboleta” ignora completamente o uso estratégico de recursos comunicacionais de natureza simbólica e emocional, amplamente utilizados em campanhas de alto impacto. A linguagem utilizada na proposta da in.Pacto é compatível com o objetivo do edital, que inclui verbos como mobilizar, envolver, amplificar e mostrar, e exige campanhas que engajem emocional e socialmente os públicos, como ocorre com as histórias de superação e transformação abordadas pela caravana.

#### *V.3.6.7 Da tentativa da FSB de impor obrigações inexistentes no edital*

A alegação de que a in.Pacto “deveria ter trazido análises de dados” para cumprir os objetivos do edital ignora um princípio basilar das licitações públicas: não cabe a uma licitante definir o

que as demais concorrentes “deveriam” ter feito, menos ainda reinterpretar o edital à sua conveniência, a competência para abarcar tal análise é exclusiva da contratante, e a apropriação indevida do espaço é evidência do excesso praticado pela concorrente. **Cada licitante é livre para apresentar sua estratégia, desde que atenda aos critérios estabelecidos no edital** – o que a in.Pacto fez de forma clara, estruturada e reconhecida pela Comissão Técnica com alta pontuação.

A proposta da in.Pacto apresenta uma estratégia perfeitamente alinhada aos objetivos do edital, como mobilização das redes por meio da Caravana, envolvimento das comunidades escolares a partir de histórias locais e regionais, amplificação digital por múltiplos canais (inclusive os próprios das escolas) e reforço institucional dos programas prioritários do MEC, como o Pé-de-Meia e o Escola em Tempo Integral. Isso foi feito com base em diagnósticos próprios, dados qualitativos, pesquisa aplicada e um conceito comunicacional coerente e eficaz.

Se a FSB optou por basear sua proposta em análises massivas de mídia e longos relatórios estatísticos, trata-se de uma escolha legítima, mas não exclusiva. Tentar impor esse caminho como o único aceitável desrespeita a base da pluralidade de soluções, a liberdade criativa e o próprio caráter competitivo da licitação. É a Comissão Técnica – e não uma concorrente direta – quem possui competência legal para avaliar o mérito das propostas.

#### *V.3.7.8 – Da fragilidade do conceito “O direito é aprender” (item 156)*

É no mínimo curioso — para não dizer contraditório — que a FSB afirme ter desenvolvido um conceito sólido, robusto e estrategicamente embasado, quando sua própria proposta falha em traduzir o conceito “O direito é aprender” em diretrizes de comunicação efetivas, aplicáveis e coerentes com o desafio do edital. Conforme já demonstrado no recurso da in.Pacto, o conceito da FSB não se articula com as peças exemplificadas, que carecem de identidade visual unificada, narrativa consistente ou mesmo correspondência temática com os “oito pilares” elencados como ideia-força do conceito. Trata-se, portanto, de uma narrativa declaratória, sem execução concreta, como corretamente observou a Subcomissão Técnica.

A FSB se limita a nomear um conceito abstrato e, a partir dele, repete trechos do edital e generalidades como “a comunicação deve alcançar o público com eficácia” — o que é mero desdobramento literal do briefing, sem qualquer elaboração interpretativa ou direcional. Ou seja, a proposta da FSB não constrói uma estratégia a partir de seu conceito, mas sim deixa o conceito solto, não-funcional, não aplicável, nem operacionalizado na lógica da campanha.

A crítica à in.Pacto por já apresentar um conceito no início da proposta apenas reforça a diferença de abordagens: a in.Pacto parte de um raciocínio objetivo, estruturado e baseado em diagnóstico claro (inclusive com pesquisa aplicada), para então derivar uma proposta que nasce integrada à sua linha conceitual e programática. A crítica, portanto, revela mais sobre a tentativa da FSB de impor sua própria lógica como norma do edital do que sobre qualquer falha técnica real da in.Pacto.

É importante frisar: não cabe à FSB julgar a forma como a concorrente estrutura sua proposta — esse papel é exclusivo da Comissão Técnica, que, aliás, concedeu nota superior à proposta da in.Pacto.

*V.3.7.9 – Da tentativa de desqualificação da Caravana e da suposta “fragilidade estrutural” da proposta da in.Pacto (itens 162 a 169)*

**Mais uma vez, a FSB insiste em desqualificar a proposta da in.Pacto a partir de interpretações distorcidas e tentativas indevidas de se colocar no lugar da Comissão Técnica, que já avaliou com critérios objetivos todas as propostas apresentadas.**

Quanto à acusação de antecipação indevida do cronograma (item 162), a FSB traz mais uma inverdade com vistas à desinformação. Pelo contrário, a proposta da in.Pacto apresenta com clareza o que fazer e quando fazer, com detalhamento de fases, objetivos, atores envolvidos e canais de execução. O que a FSB chama de “antecipação indevida do Subquesito 4” é, na verdade, demonstração de coerência entre a estratégia e a implementação, exatamente como orienta o edital. A integração entre os subquesitos fortalece a consistência da proposta e

reveia planejamento sólido, e não fragilidade. A FSB, por outro lado, não explica “o que fazer” de maneira clara e lógica em sua proposta, item já apontado no recurso desta licitante.

Sobre a acusação de incompreensão da lógica educacional e comunicação verticalizada (itens 163 a 165), a crítica parte de uma falsa premissa. A “Caravana da Educação” proposta pela in.Pacto é, sim, uma ação sistêmica e federativa, pensada para envolver as redes locais, os gestores estaduais e municipais, e a imprensa regional, conforme explicitado na proposta, e confirmada na avaliação técnica. A realização de entrevistas coletivas com gestores locais e a produção de conteúdos com base em histórias locais comprovam a escuta, o envolvimento regional e a valorização das boas práticas das redes de ensino, em consonância com os objetivos do edital. A FSB, ao reduzir toda a proposta da Caravana a “eventos locais” e “entrevista coletiva do ministro”, ignora deliberadamente as fases da campanha da in.Pacto.

Quanto à crítica ao documento de mobilização institucional (item 166 e 167), o “documento de alinhamento institucional” mencionado é justamente uma ferramenta de articulação federativa e mobilização de gestores locais. Alegar que mobilizar secretários estaduais e municipais seria inexequível revela uma leitura equivocada da política pública educacional e desconsidera o papel coordenador do MEC nas políticas intergovernamentais — como, aliás, reforça o próprio edital. O que seria inexequível, aliás, seria não comunicar previamente os objetivos de uma mobilização nacional como essa às secretarias locais.

Sobre a alegação de extração contratual com influenciadores e rádios comunitárias (item 168), o uso de influenciadores e rádios comunitárias não é contratação direta e sim estratégia de relacionamento e engajamento orgânico, como está exposto na proposta. Reforça-se que não há menção a cachês, tampouco a contratação formal — apenas a mobilização estratégica desses atores, o que está perfeitamente dentro do escopo de ações de comunicação institucional previstas no edital, sobretudo na vertente de mobilização de públicos e comunicação regionalizada.

A crítica da FSB, mais uma vez, parte da tentativa de aplicar exigências que o edital não faz. E mais: desconsidera que a proposta da in.Pacto prevê o mapeamento de influenciadores e

a ativação institucional por meio de convites e aproximações, algo comum em campanhas públicas, especialmente em territórios mais vulneráveis, onde a rádio comunitária e o influenciador local têm poder real de mobilização.

Por fim, sobre a tentativa da FSB de impor critérios subjetivos de “substância conceitual” e “nome pomposo” (item 169), o uso do nome “Caravana da Educação” é parte da estratégia de storytelling institucional, recurso legítimo, eficaz e aderente às práticas da comunicação pública moderna. Frases como “nome pomposo” revelam apenas o incômodo da FSB com o êxito técnico da proposta da in.Pacto, validado pela Comissão. Ademais, pode-se considerar que “nome pomposo” é ponto positivo na proposta da in.Pacto, justamente por ter causado efeito de impacto na avaliação da FSB.

Cada concorrente é livre para desenvolver técnicas de comunicação personalizadas suficientes à necessidade do contratante, o que de forma alguma merece reprevação. A conduta da recorrente ilumina a dificuldade de localizar razões e motivos justos a subsidiar sua indignação. O ato, todavia, não pode ser compreendido como razoável, especialmente quando observado a luz dos princípios da administração pública e do processo licitatório, que merecem extremo respeito e linearidade.

### V.3.6 Das acusações em torno da Solução apresentada pela in.Pacto

#### V.3.6.1 – Da tentativa da FSB de desqualificar a Caravana como tática e não estratégia (itens 113 a 117)

A crítica central da FSB à estratégia da Caravana da in.Pacto parte de um erro conceitual e de leitura seletiva da proposta. A caravana não é uma simples ação tática ou episódica, como tenta fazer crer a recorrente. Trata-se, conforme descrito na proposta, de um eixo estruturante de uma campanha nacional, com desdobramentos em conteúdo, relacionamento com a imprensa e mobilização social ao longo de seis meses.

Cada visita tem objetivos específicos: apurar histórias de sucesso, fortalecer a narrativa institucional do MEC, articular com as redes locais, e gerar conteúdos com impacto ampliado

e duradouro, que alimentam as demais ações previstas (podcasts, releases, entrevistas coletivas, media trainings, etc.). Ou seja, as visitas não são isoladas: são o ponto de partida para um ciclo comunicacional contínuo, em rede, e com reverberação nacional, inclusive digital.

Mais do que isso, a proposta prevê uma fase posterior de consolidação, chamada “A escola que voa alto – lições inspiradoras para a educação brasileira”, que transforma os resultados da caravana em narrativa pública e nacional, integrando toda a campanha. Trata-se de uma solução de comunicação com começo, meio e fim definidos, que articula o simbólico e o operacional, o local e o nacional.

#### *V.3.6.2 – Da suposta ausência de “cauda longa” (itens 115-116)*

A FSB incorre em grave equívoco analítico ao afirmar que a proposta da in.Pacto não possui “cauda longa”. Como já apontado, a fase 3 da campanha proposta é exatamente a fase de espalhamento das mensagens, consolidação das narrativas e amplificação dos conteúdos em todos os canais digitais e nas redes da imprensa. Além disso, os materiais produzidos nos estados alimentam podcasts, entrevistas, videocases e outros produtos multimídia. A acusação, portanto, não se sustenta nem tecnicamente, nem pela leitura objetiva da proposta.

#### *V.3.7.3 – Da entrevista coletiva como suposto ato convencional e ineficaz (item 117)*

Novamente, a FSB desconsidera o contexto federativo e a dinâmica política da comunicação pública. A proposta da in.Pacto prevê que a entrevista coletiva nos estados será conjunta entre o ministro e os secretários locais, com foco em demonstrar a cooperação federativa e o esforço conjunto pelo avanço da educação básica. A coletiva não é um ato isolado: é parte da narrativa integrada, com foco na valorização da gestão compartilhada e no fortalecimento da imagem do MEC como coordenador estratégico.

#### *V.3.7.4 – Da falsa acusação de ausência de planejamento e de garantia de execução com influenciadores (itens 118-121)*

Como já exposto, a alegação de que a proposta prevê influenciadores sem prever sua execução é improcedente. A proposta da in.Pacto indica, claramente, que a presença de influenciadores é uma possibilidade complementar, inserida no contexto da estratégia de amplificação digital. Não há qualquer previsão de pagamento de cachê e tampouco essa ação compromete o plano. A proposta usa influenciadores como recurso opcional e orgânico, o que está absolutamente alinhado com as restrições do edital. **Reforça-se que, em nenhuma linha de sua proposta, a in.Pacto afirmou que pagará cachês para influenciadores, senão proporá parcerias institucionais.** Talvez a FSB não conheça o conceito de “colab”, onde organizações e entidades atuam de forma colaborativa com influenciadores, digitais ou não.

#### V.3.7.5 – Da crítica sobre a ausência de precificação de produtos (item 122)

A FSB afirma que a elaboração de perfis de veículos e profissionais da imprensa não está precificada. Essa crítica é frágil, como já apontado anteriormente. Trata-se de atividade contemplada dentro do escopo dos serviços de assessoria de imprensa e produção de conteúdo jornalístico, já previstos e orçados na planilha entregue, conforme item específico de produção e análise de mídia. O produto mencionado faz parte da entrega técnica da assessoria e, portanto, não exige linha específica de orçamento, como bem sabem todos os profissionais da área.

#### V.3.7.6 – Da crítica aos influenciadores listados (item 123)

**A tentativa da FSB de politizar a avaliação da proposta técnica é inaceitável.** O edital não exige alinhamento político-ideológico dos influenciadores sugeridos – e qualquer tentativa de avaliação subjetiva nesse sentido viola os princípios da isonomia e da imparcialidade. A menção a nomes utilizados como exemplo de diversidade de perfis e visões não significa contratação direta nem protagonismo na campanha. **São nomes ilustrativos**, que mostram a pluralidade e o alcance da estratégia proposta. Isso é bastante claro quando o edital demanda “peças exemplificadas”.

A própria lógica da contratação afasta qualquer incidência ideológica, vez que a criação de recursos visuais independe da ideologia de cada influenciador, que no campo da proposta, constituem meros exemplos. Ao utilizar personagens públicos, é impossível localizar aqueles que não guardem opiniões ou informações pessoais, isto, todavia, não se confunde em nada com o roteiro e serviços por ele prestados.

#### *V.3.7.7 – Da alegada insuficiência de conteúdo e equipe (itens 124–126)*

A FSB comete outro erro grosseiro: confundir quantidade com qualidade. A proposta da in.Pacto não se limita a “24 conteúdos”, como afirma a FSB. A proposta detalha linhas editoriais, canais de veiculação, formatos diversos (textuais, audiovisuais, digitais), e desencadeia um ciclo de comunicação estruturado, com foco em produtos de maior valor narrativo e potencial de reverberação, o que garante eficiência com economicidade. A equipe proposta, por sua vez, é suficiente para a execução das ações descritas, como demonstrado no plano de implementação, considerando a estrutura de apoio da própria assessoria do MEC, a atuação local das redes estaduais, e a possibilidade de escalonamento conforme a execução.

#### *V.3.7.8 – Da suposta ausência de produtos adicionais (workshops, lives etc.) – itens 129–131*

O edital não exige esses produtos específicos. A tentativa da FSB de transformar sua proposta em padrão de excelência e de desqualificar as demais por não reproduzirem seu conteúdo fere a lógica da licitação. A proposta da in.Pacto contempla, de forma clara, ações de media training, eventos, entrevistas e capacitações, além de podcasts, conteúdo regionalizado, storytelling e outros, todos alinhados ao edital.

Cabe reconhecer, com a devida gentileza, o esforço da FSB em oferecer uma proposta com foco marcante em ações digitais — o que se alinha, inclusive, a um dos relatos técnicos apresentados por ela [da Embratur], cujo conteúdo gira totalmente em torno da comunicação digital. Apenas lamenta-se que o objeto do edital trate de comunicação institucional, e não de comunicação digital. Nesse sentido, a crítica da FSB parece mais uma tentativa de encaixar

a licitação em seu próprio erro do que de avaliar, com base objetiva, o mérito das demais concorrentes. **Ela errou e sabe que errou.**

#### V.3.7.9 – *Da suposta ausência de estratégia (item 130-132)*

A acusação de ausência de estratégia é absolutamente falsa e contradita pelo próprio julgamento da Comissão Técnica, que reconheceu sua coerência com o briefing, sua exequibilidade e sua consistência técnica. A jornada apresentada pela in.Pacto em sua proposta, por meio da Caravana, está em plena consonância com os objetivos do edital de ressaltar, reconhecer, mobilizar, envolver, amplificar, reforçar e mostrar os esforços do MEC.

#### V.3.8 DO PEDIDO

A argumentação da FSB revela-se subjetiva, descolada do edital e movida por tentativa de reinterpretação enviesada do julgamento técnico, com o propósito de desqualificar uma proposta vencedora, que atendeu de forma clara, eficaz e alinhada às exigências do certame. A proposta da in.Pacto demonstra domínio do contexto educacional, leitura institucional apurada, dados relevantes e segmentação estratégica de públicos – tudo isso julgado e validado pela Subcomissão Técnica.

Diante de todo o exposto, requer-se a esta Comissão Julgadora, respeitosamente, que desconsidere integralmente o recurso apresentado pela FSB Comunicação, por extrapolar os limites legais do contraditório, desrespeitar a autoridade técnica da Comissão, e por se basear em interpretações subjetivas, incorretas e, muitas vezes, desleais, tentando transformar um processo técnico em disputa retórica.

Requer-se, ainda, que sejam reconhecidos os erros conceituais, estratégicos e formais constantes na proposta da própria FSB, especialmente no que diz respeito à falta de aderência ao objeto da licitação, à tentativa de impor critérios não previstos no edital e à abordagem predominantemente digital para uma concorrência de natureza institucional, de modo que se

análise, com a devida atenção, a possibilidade de desclassificação da proposta da licitante por não atendimento efetivo às diretrizes do certame.

Por fim, considerando a solidez técnica, a aderência plena ao edital, a inovação estratégica, a exequibilidade e a coerência metodológica demonstradas pela in.Pacto, requer-se também a majoração da nota atribuída à proposta da recorrida, especialmente nos subquesitos em que, mesmo diante da superioridade técnica reconhecida pela própria Comissão, a pontuação final ficou aquém do mérito apresentado (Subquesitos 2, 3 e 4). Solicita-se, portanto, que a Comissão mantenha a decisão já proferida, que nomeia a in.Pacto como primeira colocada no certame, com os ajustes ora requeridos, garantindo o respeito aos princípios da legalidade, isonomia, mérito técnico e interesse público.

## VI – DAS CONSIDERAÇÕES E PEDIDOS FINAIS

Os argumentos acima reforçam a total observância ao edital e a qualidade da proposta técnica da **in. Pacto Comunicação**, e apontam os equívocos da Ilustre Subcomissão Técnica na avaliação do seu conteúdo e na atribuição das notas. Por essa razão, a **in. Pacto** Comunicação requer o PROVIMENTO das presentes CONTRARRAZÕES ADMINISTRATIVAS, solicitando que:

Com relação à sua proposta técnica:

- **Do recurso da FSB:** pugna-se que seja desconsiderado em sua integralidade o recurso apresentado pela FSB Comunicação, por extrapolar os limites legais do contraditório, desrespeitar a autoridade técnica da Comissão, e por se basear em interpretações subjetivas, incorretas e, muitas vezes, desleais, tentando transformar um processo técnico em disputa retórica. A FSB inquestionavelmente incorreu em abuso do direito de recorrer;
- **Subquestão 2:** pugna-se seja majorada a nota para o patamar máximo, por ter atendido plenamente o edital, em contraponto ao acusado pela FSB;

- **Subquesito 3:** pugna-se seja majorada a nota para o patamar máximo por ter atendido plenamente o edital e pela incoerência entre a justificativa da Comissão e a pontuação atribuída à esta licitante, em contraponto ao acusado pela FSB;
- **Subquesito 4:** pugna-se seja majorada a nota para o patamar máximo, uma vez que o Plano de Implementação apresentado pela in.Pacto não contém legendas, como afirma a Comissão.

Com relação à proposta da FSB:

- **Formatação:** requer-se a desclassificação da FSB por descumprir com normas estabelecidas no Aviso n. 02 emitido pela Comissão, que determinava que os parágrafos deveriam ter um recuo de 1,25cm na margem esquerda para o corpo do texto, sendo que a FSB fez uso de recuo muito maior, centralizando os títulos;
- **Subquesitos 1 a 4:** requer-se a minoração da sua nota para o patamar mínimo, por não ter atendido plenamente o edital, como ela mesmo demonstra em seu texto recursal;
- **Penalização:** requer-se que a FSB seja penalizada por extrapolar os limites legítimos de uma peça recursal, pretendendo, na prática, substituir-se à Comissão no papel de avaliação e julgamento da proposta da in.Pacto. O recurso da licitante é uma tentativa deliberada de reanálise subjetiva de cada elemento da proposta da in.Pacto, como se a recorrente pudesse realizar um julgamento paralelo ao da Comissão. Também deve ser penalizada por tentar desqualificar a pesquisa apresentada pela in.Pacto, rotulando-a como “pesquisa-fantasma”, ultrapassando os limites do contraditório técnico e adotando uma postura anticompetitiva. Por meio desses recursos ilegítimos, infere-se tentativa de influenciar o julgamento da Comissão, pois evidentemente adotou conduta incompatível com os princípios da boa-fé, da isonomia e da competitividade.

Os pedidos e recomendações acima devem ser considerados como contribuições ao trabalho da digníssima Comissão, que tem por finalidade zelar pelo cumprimento das leis que regem a concorrência pública e contribuir para que seja selecionada a melhor proposta.

Caso, por fim, após os trâmites legais, essa doura Comissão não entenda pela reconsideração da pontuação conferida à recorrente, o que se admite apenas a título de argumentação, requer sejam as presentes contrarrazões encaminhadas para análise da Autoridade Superior, nos termos da Lei nº 14.133/ 2021.

Pede deferimento.

Brasília, 28 de março de 2025.

**in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S**

**CNPJ nº 26.428.219/0001-80**

**Vitor Pacheco da Costa Fortes**