

**À COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
– GOVERNO FEDERAL**

**À SUBSECRETARIA DE ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS DO MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO**

CONCORRÊNCIA Nº 90002/2024

EDITAL Nº 20/2024

Processo nº 23123.001326/2023-68

GBR PARTICIPAÇÕES LTDA., sociedade empresária devidamente qualificada no procedimento acima mencionado, vem, muito respeitosamente, oferecer **RECURSO ADMINISTRATIVO** face o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas, pelas razões de fato e fundamentos de direito a seguir aduzidas.

Em síntese, trata-se de procedimento licitatório instaurado pelo Ministério da Educação, por sua Comissão Especial de Contratação, na modalidade concorrência, do tipo melhor técnica, o qual tem por objeto a contratação de empresa especializada em comunicação institucional para prestação de serviços referentes à: a) prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação institucional, no relacionamento com a imprensa e relações públicas em território nacional e internacional; b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

Consoante Ata da Terceira Sessão Pública, de 11 de março de 2025, após a abertura dos Invólucros, a Comissão Especial de Contratação elaborou planilha geral com as pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica a cada quesito de cada proposta técnica das licitantes habilitadas. Proclamado o resultado, a ora peticionante (**GBR: F**) – obteve o total de **70,8 pontos**.

Porém, com a devida vênia, o resultado não deve prosperar, eis que não reflete a realidade ou mesmo a análise dos Invólucros conforme os parâmetros estabelecidos pelo item 14 (APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS) do Edital. Não observou, ademais, os princípios da **razoabilidade e proporcionalidade**, tampouco o da **vinculação ao edital**, que regem as licitações e os contratos administrativos, de acordo com o art. 5º, da Lei nº 14.133/21.

É imperiosa, portanto, a reforma do referido resultado para que seja atribuída à recorrente GBR a quantidade de pontos que lhe cabe, que é superior ao que lhe foi atribuído. Vejamos.

De acordo com a Planilha de Pontuações, a GBR foi classificada com 71,33 pontos:

Planilha de Pontuações											
Classificação	Empresa	Plano de Comunicação - 80 pontos				Capacidade de atendimento - 10 pontos				Relatos de Soluções Pretéritas em Comunicação -10 pontos	Total
		Raciocínio Básico 10 pontos	Estratégia de Comunicação	Solução de Comunicação	Plano de Implementação	Relação dos principais clientes	Qualificação e experiência dos	Infraestrutura 2,5 pontos	Sistêmica operacional de		
6	A - Oficina	6	16,67	14,67	11	2,5	2,5	2,5	2,5	6,33	64,67
2	B - FSB	9,67	23,33	19,67	20	2,5	2,5	2,5	2,5	8,33	91
5	C - Partners	7,33	16	21	10	2,5	2,5	2,5	2,5	5	69,33
3	D - CDN	9,67	23	15,67	12,33	2,5	2,5	2,5	2,5	6,33	77
7	E - CDI	7,67	13	12	16	2	2,5	2,5	2,5	5,67	63,84
4	F - GBR	7,33	23	16,67	8	2	2,5	1	2,5	6,33	71,33
8	G - APEX	9,33	11	19,67	12,33	2,5	2,5	1	1	4	63,33
1	H - Inpacto	10	24	22,67	19	2,5	2,5	2,5	2,5	6,67	92,34

No Plano “de Comunicação”, no primeiro subquesito (Raciocínio Básico), a GBR, ao lado do integrante C, obteve **a penúltima nota dentre os licitantes**.

Porém, é de se questionar por que razão. Afinal, eis o que prevê o Edital:

Subquesto 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do Ministério da Educação e do papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- c) compreensão da relação do Ministério da Educação com seus diferentes públicos;
- d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Os membros da Subcomissão, no entanto, não estão analisando e valorando as circunstâncias conforme os parâmetros expressos no Edital, o que macula o procedimento.

Basta verificar seus comentários: o problema apontado foi que algumas informações de algumas praças não teriam sido apresentadas, como solicitado no briefing, e que a análise não teria sido padronizada e houve erro ortográfico.

Seria, de fato, crível, se tivesse sido apontado o defeito verificado pela Subcomissão, mas, isso não foi feito. Tal prática impossibilita, inclusive, a correção de eventual erro, bem como a impugnação e, com isso, o direito de defesa. O Edital busca dinamismo, e não “padronização” de análise pelos licitantes.

O Edital também prevê:

14.3.11. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, compreendendo:

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

Os membros da Subcomissão, novamente, não estão analisando e valorando as circunstâncias conforme os parâmetros expressos no Edital. Veja o comentário:

Estratégias de comunicação

Conceito – Educação que transforma vidas.

Apresentou as ações que serão trabalhadas com base no conceito e nas mensagens-chave, mas não aprofundou estratégias pontuais para as praças indicadas no briefing. Novos erros foram identificados nos textos.

O Edital:

14.3.13. **Subquesto 3 – Solução de Comunicação** – apresentação das ações e/ou peças de comunicação institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação institucional que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta.

14.3.14. O detalhamento mencionado na alínea "a" do subitem 14.3.13 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação institucional, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

14.3.15. Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou peças de comunicação superior ao limite estabelecido no subitem 14.3.16, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea "a" do subitem 14.3.13 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

14.3.16. Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação institucional de que trata a alínea "b" do subitem 14.3.13 estão limitados a 05 (cinco) independentemente do seu tipo ou de sua característica.

14.3.17. Os storyboards e os leiautes impressos devem preservar a capacidade de leitura das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout e deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea "a" do subitem 14.3.

14.3.18. No storyboard animado ou no animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

14.3.19. Nos "monstros" ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação institucional, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

14.3.20. O "monstro" ou leiautes eletrônicos e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

14.3.21. Nas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

14.3.22. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

14.3.23. Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea "a" do subitem 14.3.13, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação institucional.

14.3.24. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 05 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- c) uma landpage e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo e uma landpage que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um post e a landpage por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

As observações da Subcomissão, nas quais não consta menção a nenhum dos itens acima:

Soluções de comunicação

Faltou informações básicas que devem ser consideradas para implementação das soluções de comunicação previstas. Apresenta propostas de peças e ações sem estabelecer, por exemplo, o formato e como o conteúdo será disponibilizado ao público.

O Edital, quanto ao subquesto “plano de implementação”:

14.3.25. **Subquesto 4 – Plano de Implementação** – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação constantes de sua proposta, contemplando:

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

A observação é de que a GBR teria fugido do *briefing*.

Seria, de fato, mais crível, se a Subcomissão tivesse apontado o defeito verificado, mas, isso não foi feito. Na verdade, foram feitas observações que não guardam relação com o que é exigido pelo Edital. Tal prática impossibilita, inclusive, a correção de eventual erro, bem como a impugnação e, com isso, o direito de defesa.

A análise da Subcomissão Técnica não se presta a verificar se o jurado gostou ou não gostou. A análise deve ser **técnica**, por isso, o nome. E isso significa que os critérios estabelecidos pelo Edital deverão ser levados em conta, e não outros.

Se observarmos o “**Plano de Comunicação**” da GBR, temos que todos os subquestitos acima foram cumpridos com bastante êxito e é certo que nenhum membro da Subcomissão declarou, quanto a este tópico, que a empresa não cumpriu determinado item. Houve análise das características e do papel do Ministério, o diagnóstico das necessidades, a relação do Órgão com diferentes públicos, perfil de veículos por região, além do *briefing*, que cumpriu à risca o Anexo II do Edital. São 45 páginas de texto, gráficos, fluxograma, descrição de ações, dentre outras.

Ademais, outros licitantes, como B, D e E, tiveram avaliação tão dura quanto ou mais dura do que a GBR, mas tiveram nota maior. É preciso que haja proporcionalidade e razoabilidade nesse arbitramento.

No que toca à “**Capacidade de Atendimento**”, permanece o mesmo problema: julgamento sem amparo no Edital.

A GBR elaborou a “Capacidade de Atendimento” em estrito cumprimento ao item 14.4 do Edital. A relação de clientes, verdadeiramente ampla, foi apresentada. Dentre os quais estão a FMUSP, a FIPE/USP, B3 (âmbito nacional e internacional), BYD, J&F Investimentos, LATAM, Consulado Geral da Noruega, Grupo OLX, PIC PAY, Sulamerica, Qualicorp, ABRAS, dentre várias outras.

É de se perguntar por que razão, num total de 10 pontos, obteve apenas 08, sendo que foi apontado apenas que não teria indicado cliente integrante do Poder Executivo Federal. Isso não faz nenhum sentido, ainda mais ponderando a gama de clientes da GBR.

Neste ponto, faz-se necessária uma observação. O Edital, por si, no item 14.7, gera barreiras de concorrência aos participantes do certame, uma vez que **privilegia fornecedores atuais do governo**. Ora, os demais licitantes que não são atuais contratados do governo estarão em **evidente desvantagem** e, veja-se, ainda que cumpram com primor os requisitos objetivos para a contratação.

Temos, aqui, uma afronta ao princípio constitucional da isonomia, estampado no caput, do art. 5º, da Constituição Federal.

Paralelamente, temos uma grade de pesos totalmente **desproporcional e injustificada**: temos aqueles participantes com contrato com a administração federal com muito mais peso (2,5); temos aqueles com clientes nacionais – que são preteridos em relação a estes primeiros, mas que recebem mais pontos do que os regionais (2,0); e temos aqueles que atendem clientes regionais com apenas 1,0 ponto.

Este critério não se justifica, ainda mais por se tratar de certame público que, pela lei (próprio art. 37, *caput*, da CF/88), deve ser proporcional, razoável, público, fundamentado.

Ademais, uma vez que a igualdade entre os licitantes fica comprometida – uns são preteridos em relação a outros – todo o procedimento licitatório corre risco de ser atingido pela nulidade, considerando que a mandatória probidade, imparcialidade, moralidade, na contratação se torna flagrantemente questionável. Isto, sem mencionar, a afronta o devido processo legal, o contraditório e o direito de defesa (art. 5º, LIV e LV, CF/88).

É importante destacar que, assim permanecendo, pode haver ofensa à igualdade e à isonomia entre os licitantes, desrespeitando não só a Carta Magna, como visto, como também o *caput* do art. 5º, da Lei 14.133/2021, segundo o qual:

“Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do [Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 \(Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro\)](#).”.

Também o Edital:

“29.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.”.

O resultado, portanto, não pode prevalecer.

Não é admissível que a peticionante sofra um prejuízo tão grave e substancial em decorrência de pontuação aquém do que lhe é devido e que não haja fundamentação para tanto. Caso contrário, haverá violação ao direito de defesa, ao devido processo legal e ao contraditório, além da ofensa ao próprio certame.

A Subcomissão Técnica, vale dizer, não está dispensada de fundamentar suas deliberações, ainda mais quando consideramos as suas possíveis e graves implicações, como neste caso.

O julgamento em questão representa um prejuízo absurdo à peticionante, eis que a nota reflete de forma direta na Planilha de Classificação das licitantes participantes da Concorrência.

Pelo exposto, caso não haja reconsideração quanto à decisão questionada, requer a peticionante que o presente recurso seja PROVIDO para que o resultado do julgamento seja reformado e a pontuação atribuída à licitante seja exasperada, esperando-se que ao máximo.

PEDE DEFERIMENTO.

São Paulo, 24 de março de 2025.



Isadora Macedo de Oliveira Lionço (24 de março de 2025 17:04 ADT)

GBR PARTICIPAÇÕES LTDA.







RECURSO 24.03.2025

Relatório de auditoria final

2025-03-24

Criado em:	2025-03-24
Por:	Marizete Falcão (marizete.falcao@gbr.com.br)
Status:	Assinado
ID da transação:	CBJCHBCAABAAaw54lf5JeksZFiEJDlrSLT-kicttlkl6

Histórico de "RECURSO 24.03.2025"

-  Documento criado por Marizete Falcão (marizete.falcao@gbr.com.br)
2025-03-24 - 20:02:12 GMT- Endereço IP: 191.209.72.224
-  Documento enviado por email para isadora.lionco@gbr.com.br para assinatura
2025-03-24 - 20:02:17 GMT
-  Email visualizado por isadora.lionco@gbr.com.br
2025-03-24 - 20:03:06 GMT- Endereço IP: 189.6.17.109
-  O signatário isadora.lionco@gbr.com.br inseriu o nome Isadora Macedo de Oliveira Lionço ao assinar
2025-03-24 - 20:04:12 GMT- Endereço IP: 189.6.17.109
-  Documento assinado eletronicamente por Isadora Macedo de Oliveira Lionço (isadora.lionco@gbr.com.br)
Data da assinatura: 2025-03-24 - 20:04:14 GMT - Fonte da hora: servidor- Endereço IP: 189.6.17.109
-  Contrato finalizado.
2025-03-24 - 20:04:14 GMT

