

**ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO GOVERNO DO ESTADO
DE MINAS GERAIS**

Ref.: Concorrência nº 001/2017 – SUBSECOM

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA., sociedade limitada, inscrita no CNPJ/MF sob nº 57.863.854/0001-19, com sede na Av. Brigadeiro Faria Lima, 2.601, 9º andar Jardim Paulistano, São Paulo – SP, vem, tempestivamente, com fulcro no **art. 109** da **Lei Federal nº 8.666/93** e no **item 13** do **Edital**, apresentar **CONTRARRAZÕES**, aos recursos administrativos interpostos pelas empresas **MÁQUINA DA NOTÍCIA COMUNICAÇÃO LTDA** e pela **INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA S/S**, com fundamento nas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

I – DA TEMPESTIVIDADE

Tendo sido os recursos administrativos disponibilizados para a CDN no dia 23 de novembro de 2017. Considerando o prazo de 5 (cinco) dias úteis previsto no **art. 109** da **Lei Federal nº 8.666/93** e no **item 13** do **Edital**, não há qualquer dúvida que o prazo final para apresentação das presentes contrarrazões esgotar-se-á no dia 30/11/2017.

II – BREVE RESUMO E CONTEXTUALIZAÇÃO

A Subsecretaria de Comunicação Social do Governo do Estado de Minas Gerais fez publicar o **Edital de Concorrência n° 001/2017 – SUBSECOM**, com o objetivo de realizar a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação, para a realização de assessoria em planejamento estratégico de comunicação, no relacionamento com a imprensa internacional e em relações públicas no exterior.

Ultrapassada a fase de habilitação, no dia 11 de novembro de 2017 foi publicada a Ata de Julgamento das Propostas Técnicas, que refletiu o seguinte resultado: 1º MÁQUINA (*MÁQUINA*); 2º GRUPO INFORME COMUNICAÇÃO (*INFORME*); 3º CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (*CDN*); 4º PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA (*PARTNERS*); e 5º IDEAL H+K STRATEGIES (*IDEAL*).

No entanto, inobstante todo o empenho despendido por essa r. Comissão na análise realizada, a CDN apresentou, ao longo do Recurso Administrativo interposto em 20/11/2017, as razões que demonstram uma desproporção nas notas outorgadas às empresas licitantes, quando comparada à sua proposta.

Para tanto, foi realizado uma análise global e comparativa das notas outorgadas às licitantes, na qual foi constatada a ausência de proporcionalidade na avaliação da proposta apresentada pela CDN, de maneira que, em situações de supostas falhas similares ou mais gravosas, foram outorgadas notas maiores às empresas MÁQUINA e INFORME.

Como se já não bastasse essa desproporção das notas no resultado inicial divulgado, tais empresas, surpreendentemente, interpuseram Recurso Administrativo visando a majorar sua nota ou, o que se revela ainda mais descabido,

minorar a nota da CDN. Ora, tendo em vista que, em caso de provimento dos recursos apresentados pela MÁQUINA e INFORME restará configurado uma violação ao tratamento isonômico que deve ser dado aos licitantes, o que a ordem constitucional repudia, a CDN vem alertar essa i. Comissão sobre esses fatos.

Assim, como restará demonstrado à sociedade logo adiante, não procedem as alegações das empresas MÁQUINA e INFORME, que não devem, por isso, serem providas.

É, pois, o que se passará a expor.

III – DAS RAZÕES QUE IMPÕEM QUE O RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA MÁQUINA DA NOTÍCIA NÃO SEJA PROVIDO

1 – RACIOCÍNIO LÓGICO

Primeiramente, deve ser ressaltado que a o item Raciocínio Lógico compreende a análise dos seguintes quesitos.

6.3. A licitante deverá apresentar informações que permitam à Subcomissão Técnica julgar sua proposta de acordo com os seguintes critérios:

a) Compreensão da situação e do contexto expostos no Briefing;

b) Entendimento sobre os objetivos de comunicação expostos no Briefing;

c) Entendimento sobre o desafio de comunicação exposto no Briefing;

- d) Compreensão sobre a conexão dos objetivos de comunicação com o público de interesse expostos no Briefing;*
- e) Capacidade de estabelecer relação entre o descrito na situação base e o desafio de comunicação exposto no Briefing.*

Essa transcrição se faz necessário para fixar quais são os exatos quesitos que devem ser avaliados quando se analisa a parte da proposta referente ao raciocínio básico.

Pois bem, ao tentar reduzir a nota da CDN, a empresa MÁQUINA faz uma série de afirmativas equivocadas, alegando que a proposta da CDN não abordou algumas questões - mas destaque-se – nenhuma dessas questões são exigidas no edital. Verifica-se que o que a MÁQUINA pretende fazer é estabelecer a sua proposta como padrão, como se a sua proposta é que definisse o que deveria estar em todas as propostas.

Ora, exigir a abordagem de questões que não estão estabelecidas no edital importa em violação ao instrumento convocatório de maneira transversa, conforme será exposto adiante.

Inicialmente, a MÁQUINA alega que para a elaboração de sua proposta CDN não apresenta qualquer estudo para pautar suas análises. Ora, bastava ler a proposta para verificar que a CDN realizou e buscou suficientes pesquisas e estudos para respaldar seus argumentos, das quais vale mencionar: pesquisa Boleto Focus do Bacen (p. 4), pesquisa brasileira de mídia da SECOM da Presidência da República (p. 13), pesquisa com o público de Minas Gerais sobre saúde pública encomendada pela CDN ao Instituto Ideia Big Data (p. 22), mapeamento das grandes mídias locais, realizado pela CDN (p. 27), e análise de 104 publicações em portais e redes sociais sobre as impressões relacionadas à

saúde pública de Minas Gerais (p. 28).

Aliás, no parágrafo 128 do recurso, a própria MÁQUINA reconhece a menção às pesquisas na proposta da CDN.

Mas, ainda que assim não fosse, deve ser ressaltado que o edital não exige a indicação das pesquisas para avaliação do raciocínio básico.

De igual modo, sobre a alegação da não observância que a comunicação da situação financeira do Estado de Minas Gerais tem sido pouco assertiva, deve ser observado, ainda, que em nenhum momento o edital pede que as concorrentes se manifestem sobre a macrocomunicação do Governo Estadual. O *briefing* restringe o objeto à comunicação aos Territórios de Desenvolvimento.

A incompreensão desse fator tão relevante ao certame atesta que todos os argumentos colocados pela CDN em seu recurso administrativo para a revisão das notas outorgadas a participante MÁQUINA devem prosperar, e por isso alertamos a i. Comissão que se atente a isso.

E se isso não bastasse, a empresa ainda se delonga em indicar que a CDN é omissa quanto a política de Minas Gerais em relação à doação de ambulâncias, sendo que, a uma, esse tema não era central e portanto teve o espaço cabível de atenção na proposta da CDN, e, a duas, foi a omissão da empresa MÁQUINA a respeito desse assunto (SAMU, ambulâncias) o que foi largamente destacada pelos julgadores, que lhe descontaram pontos pela omissão, e, portanto, a parte apenas pretende transportar à CDN uma falha que lhe compete, o que não merece qualquer guarida por essa i. Comissão.

Diante dessas alegações falaciosas da MÁQUINA que pretendem que essa Ilma. Comissão passe a exigir das propostas licitantes itens que não são

exigidos no edital, cumpre alertar que tal conduta afrontaria os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo, o que a ordem publicista não admite.

Nessa ordem de convicções, para o Subprocurador-Geral do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União LUCAS ROCHA FURTADO, o edital de licitação “[...] serve não apenas de guia para o processamento da licitação, como também de parâmetro para o futuro contrato. Ele é a lei do caso, aquela que irá regular a atuação tanto da Administração Pública quanto dos licitantes”.¹

Discorrendo sobre os princípios que regem as licitações, JESSÉ TORRES PEREIRA JUNIOR aduz que:

“[...] o da vinculação ao instrumento convocatório faz do edital ou do convite a lei interna de cada licitação, impondo-se a observância de suas regras à Administração Pública e aos licitantes, estes em face dela e em face uns dos outros, nada podendo ser exigido, aceito ou permitido além ou aquém de suas cláusulas e condições”.²

A jurisprudência dos nossos tribunais é exatamente neste sentido, deixando claro que a exigência de questões não previstas no edital, acarreta a aplicação de subjetividades na apreciação da proposta, conforme se pode extrair do julgado do Superior Tribunal de Justiça³ abaixo transcrito:

¹ FURTADO, Lucas Rocha. *Curso de Licitações e contratos administrativos*. 3. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2010, p. 42.

² PEREIRA JUNIOR, Jessé Torres. *Comentários à lei das licitações e contratações da administração pública*. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2007, p. 63.

³ STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 1384138 RJ 2013/0148317-3. Data de publicação: 26/08/2013

Ementa: ADMINISTRATIVO. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. ACÓRDÃO QUE AFIRMA O CUMPRIMENTO DA EXIGÊNCIA PELO CANDIDATO. REVISÃO. SÚMULA 7/STJ. 1. O princípio da impessoalidade obsta que critérios subjetivos ou anti-isonômicos influam na escolha dos candidatos exercentes da prestação de serviços públicos. 2. Na salvaguarda do procedimento licitatório, exsurge o princípio da vinculação, previsto no art. 41, da Lei 8.666/90, que tem como escopo vedar à administração o descumprimento das normas contidas no edital. Sob essa ótica, o princípio da vinculação se traduz na regra de que o instrumento convocatório faz lei entre as partes, devendo ser observados os termos do edital até o encerramento do certame. 3. Na hipótese, o Tribunal reconheceu que o edital não exigia a autenticação on line dos documentos da empresa. Rever essa afirmação, seria necessário examinar as regras contidas no edital, o que não é possível no recurso especial, ante os óbices contidos nas Súmulas 5 e 7 do STJ. Recurso especial não conhecido.

Enfim, entender de forma diversa importaria em elidir a confiança e segurança jurídica existente nos atos expedidos por essa r. Comissão.

2 – SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

a) Subquesto 1 – Estratégia de Comunicação

Insatisfeita, a empresa MÁQUINA, ao tratar de **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**, suscitou em seu texto que o lema “Minas não para” é uma aposta problemática. Ocorre que, a recorrente omite que a mensagem visibilidade aos

feitos do Governo, bem como transmite uma mensagem de entusiasmo e o orgulho do Estado. Afinal, apesar da crise e da escassez de recursos, o Governo de Minas em momento algum parou de realizar entregas importantes para a população – entregas estas que foram decididas após o Governo ouvir a população.

Ademais, a MÁQUINA ignorou que o Plano de Comunicação da CDN prioriza não uma, mas três mensagens-chave, todas elas pertinentes, em total acordo com o exposto no *briefing*: (i) *Minas não para, apesar da grave crise que afeta e paralisa grande parte do país*; (ii) *O Governo de Minas está fazendo da transparência e do diálogo com a população importantes ferramentas para enfrentar a crise*; (iii) *O Governo de Minas faz muito com pouco. Aplica com respeito e qualidade os recursos do contribuinte*.

Afora isso, a empresa MÁQUINA também imputa à CDN algumas alegações vazias, como uma suposta falha da licitante “ignorar” o contexto financeiro, o que, todavia, está muito bem descrito na proposta da CDN, conforme se observa, exemplificativamente, da análise da página 5 da proposta;

Em seguida, é alegada a hipotética ausência de desenvolvimento da regionalização como estratégia de comunicação, citado e devidamente desenvolvido tanto no subitem “Estratégia de Comunicação”, no que lhe cabia, bem como no “Plano de Comunicação”.

Por fim, a recorrente solicita a perda de pontos da CDN em razão da (i) suposta ausência de detalhamento das pesquisas utilizadas – o que já se demonstrou é inadmissível do ponto de vista jurídico, tendo em vista a ausência de previsão no edital; e (ii) por ignorar a questão das ambulâncias – que, conforme já analisado pelos julgadores, a CDN abordou o assunto em sua proposta.

b) Subquesto 2 – Plano de Comunicação

Os mesmos argumentos vazios se reiteram quando a empresa MÁQUINA trata do **PLANO DE COMUNICAÇÃO**, em que equivocadamente imputa a CDN (i) a falta de um detalhamento maior sobre a forma de execução da regionalização da comunicação governamental e (ii) a ausência de uma forma de avaliação de resultados.

Notem: é a empresa MÁQUINA que se perde na macrocomunicação sem adentrar no caráter regional pleiteado pelo *briefing*, e sobre sua proposta os julgadores avaliaram restar pouco desenvolvido o método de avaliação dos resultados: ora, parece-nos que a empresa pretende mascarar suas falhas imputando-as, ao reverso, à CDN.

A estratégia de comunicação regional está devidamente explicada na proposta, não como um item específico, como a MÁQUINA tenta fazer parecer em seu recurso, mas por meio da exposição dos quesitos que são avaliados no Plano de Comunicação.

Esse item é largamente descrito pela CDN, que demonstra as técnicas e as formas de abordagem regional, bem como a equipe disponibilizada, suficiente em qualificação, em quantidade e em proximidade para atender a toda a demanda gerada pelas técnicas e formas de abordagem descritas, o que, por evidente, operacionaliza o projeto.

Por fim, no que tange à alegação de que a proposta da CDN não teria abordado uma forma de avaliação de resultados, requisito este exigido pelo edital, vale mencionar que nesta última afirmação a MÁQUINA está correta, de fato é exigida pelo edital, no entanto, a CDN abordou o ponto detalhadamente, conforme se analisa das páginas 32 e 33 de sua proposta.

c) Subquesto 3 – Vinculação das ações de comunicação propostas pela licitante para o desafio de comunicação

Na ausência de qualquer argumento concreto que pudesse utilizar na tentativa de reduzir a nota obtida pela CDN, a recorrente limitou-se a dizer que a CDN “não pode obter a nota de 7,33, que é muito próxima, ou até igual à nota atribuída a outras licitantes(...) Portanto, deveria perder pelo menos mais 02 pontos nesse item”.

Apesar de toda a segurança na avaliação justa que será realizada por essa Comissão, nunca é demais lembrar que a empresa não poderá ser penalizada e, conseqüentemente, sua nota revista sem qualquer motivo concreto e previsto no edital que a fundamente.

d) Subquesto 4 – Capacidade de Atendimento

Mais uma vez, a MÁQUINA alega que a proposta da CDN não explica como vai operacionalizar o trabalho regionalizado de assessoria de comunicação e como vai estruturar a equipe de atendimento para cuidar da preparação de *papers*, discursos, *press trips* e demais demandas do Edital.

Ocorre que, como já mencionado acima, toda a operacionalização está perfeitamente contemplada na proposta. A ampla equipe prevista no contrato a ser assinado, atenderá prioritariamente às necessidades do governo contratante. A disponibilidade de mão de obra para o serviço e a dinâmica do mesmo é corriqueiramente decidida em conjunto pelas partes.

Sobre o presente subquesto, já basta a equivocada perda de pontos da CDN sob a justificativa de que não haveria expressa previsão de que o atendimento seria presencial – o que a CDN repudia veementemente, conforme exposto em seu recurso administrativo, tendo em vista que é possível extrair essa

informação da contextualização geral da proposta e que espera a reversão no julgamento do recurso administrativo. Caso a Administração Pública entendesse que a afirmação devesse estar expressa, deveria solicitar no edital.

Ora, a licitação se volta a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e não é um jogo a tentar encontrar detalhes, avaliados subjetivamente, que afetem a pontuação das propostas.

Por todo o acima exposto, visto que todos os argumentos apresentados pela MÁQUINA se revelam vazios de qualquer fundamento previsto no edital, se impõe que o recurso administrativo por ela interposto não seja provido.

IV. DAS RAZÕES QUE IMPÕEM QUE O RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA INFORME NÃO SEJA PROVIDO

De uma forma geral, deve ser salientado que todos os argumentos apresentados pela INFORME tem em comum o fato de não serem (nem poderem ser) respaldados com qualquer colocação mais objetiva, como, por exemplo, a posição assertiva e direta (e não interpretativa). Eles se originam do desejo da INFORME ver-se consagrada vencedora, não de argumentos válidos, não de fatos.

Não obstante, a CDN realiza a impugnação específica das alegações, refutando cada um dos falaciosos argumentos apresentados:

1 - RACIOCÍNIO LÓGICO

a) Compreensão da situação e do contexto expostos no Briefing;

Primeiramente, a INFORME alega que a CDN não estruturou a proposta de acordo com “normas do edital”, de forma que isso dificultaria a

identificação de elementos que a recorrente entende necessários. Sobre essa alegação importante mencionar que não há qualquer previsão no edital nesse sentido e que a CDN organizou sua proposta da forma mais lógica, cumprindo todos os pontos exigidos no edital. As relações entre situação base e os desafios de comunicação estão feitas, assim como a conexão de objetivos e públicos, não apenas no tópico Raciocínio Básico como no que trata da estratégia de comunicação.

Em seguida alega que a proposta não explica de forma contundente a crise financeira do Estado de Minas Gerais. Ora, por essa afirmação até poderia se dizer que a recorrente INFORME não leu a proposta da CDN, tendo em vista que na página 13 a CDN dedicou um tópico específico para tratar do assunto.

Na esteira das alegações infundadas, a INFORME alega que a CDN não menciona denúncias contra governador. Neste ponto, além de – como bem observado pela recorrente, não ser exigido no edital – revela uma certa incompreensão da INFORME acerca do papel da agência de comunicação Corporativa do Estado de Minas Gerais, tendo em vista que, conforme abordado pela CDN em sua proposta, há uma separação entre a pessoa física (Fernando Pimentel), política (Governador do Estado de Minas Gerais) e a pessoa jurídica (Governo do Estado de Minas Gerais).

A operação Acrônimo, a que se refere a INFORME, apura fatos anteriores à posse do Governador. Por esta razão, a comunicação do Governo nunca tratou do tema, mesmo como risco associado à imagem da gestão do Governador.

b) Entendimento sobre os objetivos de comunicação expostos no Briefing;

A INFORME alega que o entendimento sobre os objetivos “é mais restrito que o apresentado no briefing”, mas sem apresentar qualquer razão que fundamentasse essa afirmativa, de forma que se tornasse possível refutá-la.

Contudo, ao contrário do alegado, o entendimento exposto na proposta é mais amplo que o especificado no briefing. A CDN trata da regionalização da comunicação, como reforço para a comunicação ampla. Minas Gerais é um estado amplo, com interesses regionais marcantes, e porosidade para a mídia dos estados vizinhos nas áreas limítrofes.

c) Entendimento sobre o desafio de comunicação exposto no Briefing;

A INFORME faz a afirmativa de que a CDN não estabelece prioridades pautadas na realidade local, o que torna o raciocínio básico genérico e amplo e fundamenta essa informação em um pequeno trecho extraído da proposta da CDN.

Inicialmente, importante rememorar que o quesito Raciocínio Básico tem por finalidade apurar uma compreensão geral da situação e do contexto expostos no Briefing. Assim analisando todo o capítulo referente ao quesito Raciocínio Básico os julgadores devem avaliar a compreensão dos subquesitos previstos no edital.

Deste modo, quando a INFORME faz uma afirmação descabida como a acima descrita, com fundamento em um parágrafo da proposta, mostra que não compreendeu nem a estrutura geral que a proposta deve obedecer.

Contudo, deve ser observado que o Edital desafia os participantes a, em linhas gerais, (i) qualificar o diálogo; (ii) alinhar objetivos do Governo de Minas Gerais com os agentes públicos; e (iii) transmitir à população as prioridades governamentais da área da saúde.

Ao analisar a proposta da CDN, nas páginas 9 e 10, têm-se propostas concretas e pouco genéricas, como a opção por uma estratégia de comunicação territorial (com “sotaque” regional) e constante (e não eventual ou pontual), com uso de meios já aventados, como veículos regionais e locais com uso de estações de rádios locais, emissoras regionais de televisão, jornais locais e internet como canal de comunicação direta do governo com seu público de interesse.

A realidade local é devida e suficientemente contemplada, portanto.

Junto com ela, e com a opção pela comunicação constante a ela direcionada, existirá uma comunicação eventual e amplamente disseminada em todo estado (não mais regional/territorial) em relação a todos os atos de investimento (em meio à crise) no setor de saúde, como reforma de postos, compra de equipamentos, doação de ambulâncias, programa e campanhas de saúde, e qualquer desses feitos.

A existência de uma comunicação de alcance abrangente eventual, pontual nos atos de investimento, não desqualifica a constante comunicação regional, ao contrário, consubstancia ainda mais o requerido pelo edital, a qualificação do diálogo, o alinhamento de objetivos, e, especialmente, a transmissão à população das prioridades no setor, traduzindo seu alcance em imagens.

d) Compreensão sobre a conexão dos objetivos de comunicação com o público de interesse expostos no Briefing;

A INFORME, numa má leitura do texto, coloca que a CDN teria descumprido o item ao não listar de forma organizada o público de interesse – note que o critério de avaliação exposto no Edital é claro ao mencionar que o público de interesse estaria exposto no *Briefing*, e a parte só caberia conectá-lo com os



objetivos de comunicação.

Uma leitura atenta da página 64 do *Briefing* mostrará a clara descrição do público de interesse, alvo do desafio de comunicação: os agentes públicos municipais (como prefeitos e servidores da saúde) e a população.

Ora, exigir o que o Edital não o exige, ao contrário, expressamente exige os participantes de fazê-lo, ao lhe dar tais dados, é atentar contra o princípio da vinculação ao edital, que rege o certame licitatório.

Descabida e vazia, portanto, a alegação da INFORME, e preocupante reveladora, não quanto a qualquer falha da CDN, mas de sua evidente má compreensão do requerido pelo Edital.

e) Capacidade de estabelecer relação entre o descrito na situação base e o desafio de comunicação exposto no Briefing.

A INFORME alega haver uma superficialidade no texto da CDN que impossibilitaria o estabelecimento de uma relação entre o descrito na situação base e o desafio de comunicação.

No entanto, a proposta da CDN traz de forma expressa o principal objetivo de comunicação do governo, reflexo da situação base: *informar com transparência a difícil situação financeira e conquistar reconhecimento para ações e entregas.*

E a partir disso o diálogo é construído e qualificado, alinhando-se aos objetivos do governo de relação com os agentes públicos e com a população, à qual deseja transmitir as prioridades da área da saúde e sua realização.



E a CDN faz isso durante sua proposta, articulando um planejamento de *conteúdo*, mas também de *forma*, em que se manterá uma comunicação regional de forma constante (atenta ao lema “Ouvir para Governar”), conforme mídias descritas na proposta, e uma comunicação eventual de ampla disseminação, segundo descrito na proposta, a cada ato de investimento (descritos na proposta), que trará visibilidade dos feitos à população.

A capacidade se atesta na leitura, e o trecho citado pela INFORME é o início de um parágrafo conclusivo de algo que ao final daquele parágrafo e durante todo o texto, é evidentemente desenvolvido.

Refutam-se, portanto, tais alegações.

2) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Subquestão 1 - Estratégia de comunicação

a) Pertinência das estratégias propostas para cada público de interesse

Inicialmente, a INFORME alega que, no que tange ao conceito “Minas não para”, não foi explicitada na proposta um link entre a estratégia e o público, o que acarretaria em um descumprimento do edital.

Primeiramente, deve ser destacado que a proposta faz o link entre a estratégia e o público sim, de maneira que, surpreendentemente, a própria INFORME, no parágrafo seguinte a essa infundada alegação já reconhece.

Ademais, deve ser ressaltado que o uso de cada mensagem é uma estratégia definida por cada empresa, a qual não estão obrigadas a divulgar em suas propostas, como pretende impor a recorrente.

Por fim, importante lembrar que o conceito “Minas não para” já foi tratado no item anterior, tem-se que o conceito é desenvolvido em mais de uma página, assim, não só pelo espaço, mas pela qualidade do transcrito, ele foi devidamente justificado, argumentado e defendido. No mais, como já mencionado, essa mensagem não está sozinha, mas associada a outras duas, também muito bem desenvolvidos no texto.

b) Consistência lógica das estratégias propostas em relação ao exposto no Briefing;

Mais uma vez referindo-se à mensagem “ Minas não para” a INFORME alega que a CDN “não justifica, não argumenta, não defende uma linha de raciocínio que demonstre a possibilidade de êxito da formulação”.

Deve-se aplicar ao presente subquesto todas as explicações expostas no quesito anterior. Além disso, verifica-se da análise das páginas 13 e 14 da proposta que a CDN expõe todas as justificativas pelas quais entende que estratégia proposta será bem-sucedida.

d) Adequação das mensagens de comunicação ao desafio de comunicação;

A INFORME menciona que as mensagens-chave da licitante não tem relação com o desafio, que tem como foco o tema saúde.

Sobre essa alegação menciona-se apenas que, aparentemente, a RECORRENTE não leu a proposta da CDN, tendo em vista que lá está explicada a relação e exemplificadas as aplicações das mensagens no plano da saúde, razão pela qual o argumento não deve prosperar.

Subquestito 2 – Plano de comunicação

a) Pertinência dos instrumentos a serem utilizados;

A INFORME afirma que a CDN tem uma visão arcaica e conservadora da comunicação, tendo vista que consta na proposta o envio de conteúdo eletrônico para os sites locais e gravações de mensagens do Governado. Para a recorrente “os sites e blogs locais não querem apenas receber conteúdo eletrônico, mas sim produzi-los”

Ora, como é de conhecimento geral, o envio das informações não impede que os sites e os blogs produzam informação, apenas fornece a eles subsídios para melhor fazê-lo! Sem informação, sem orientação, eles o farão sem compromisso com a veracidade da informação, e o respaldo que o governo pretende dar-lhes será vão.

Além disso, a CDN prevê o relacionamento direto com a mídia local, por meio de encontros e entrevistas – meios bilaterais de livre troca de informação. Meios para ouvir. Presenciais e virtuais, como a teleconferência, que em nada mitiga ou esvazia a intenção do relacionamento que se preconiza.

É, portanto, evidente que existe aqui uma clara má compreensão, por parte da INFORME, do que o edital requer, ou mesmo da proposta da CDN.

b) Exequibilidade das ações propostas frente ao período determinado;

A crítica da INFORME fundamenta-se em uma suposta fragilidade da CDN ao sugerir que seja encomendada uma pesquisa para melhor compreender os hábitos de consumo de informação.

Ora, como uma pesquisa para melhor entender o seu público e com isso lapidar seu trabalho pode afetar sua capacidade de execução? Se a INFORME

genuinamente pensa isso, a sua capacidade de execução de um trabalho é que nos impacta, na medida em que se demonstram nessas falas hábitos arcaicos de trabalho, que não concebem pesquisas e inovação.

A empresa tem toda capacidade de executar o plano, com base na sua experiência e nas (muitas) informações disponíveis. A pesquisa sugerida ajudaria a aprimorar e refinar o trabalho. Isto porque a CDN realiza todos seus contratos com muita responsabilidade técnico-profissional e cabe à empresa dar sugestões pertinentes ao cliente, ainda que não sejam objeto de sua prestação de serviços.

c) Adequação e consistência do plano de contingência em situação de crise;

A recorrente alega que a proposta “não deixa claro se a sala de emergência funcionaria como um gabinete de crise nem informa o perfil dos integrantes que devem acioná-la”

Quanto a esse argumento, ressalta-se que, além de estar evidentemente descrito essa funcionalidade no plano de contingência, atento ao Edital, o próprio nome – sala de emergência -, já é uma clara inferência a sua utilização em tempos emergenciais, de crise, portanto.

Quanto ao perfil de seus integrantes, resta claro que essa é uma decisão a ser definida juntamente com o cliente, logo, não poderia constar da proposta.

Portanto, mais uma incabível e vazia alegação.

d) Capacidade da licitante de articular os objetivos expostos no Briefing com as políticas públicas a eles relacionadas;

As alegações constantes do presente quesito revelam apenas o ânimo de reclamar da nota outorgada à outras licitantes, já que não traz qualquer alegação que pudesse reduzir a nota da CDN, mas tão somente da organização dada por esta em sua proposta.

e) Adequação do cronograma de execução das ações;

A INFORME supõe que a CDN se exime de responsabilidade pela comunicação no período eleitoral, de maneira que caberia à contratante a iniciativa de revisão do plano.

Contudo, ao contrário do afirmado, o cronograma apresentado pela CDN menciona de forma expressa o período eleitoral. A observação destacada pela INFORME diz respeito apenas a uma análise que certamente será feita pela Administração quando o período eleitoral se aproximar, uma vez que as restrições só estarão definitivamente estabelecidas mais perto do processo eleitoral, época na qual é provável que Tribunal Superior Eleitoral - TSE edite normas e resoluções. Ademais, mesmo estas normas são passíveis de interpretação diversa entre órgãos da administração pública nos diversos níveis.

Esclarece-se: a revisão do plano caberia a contratante. A execução do plano revisado a contratada.

Com isso se denota claramente que a proposta da CDN, não se exime de responsabilidade, mas aumenta suas responsabilidades na medida em que reconhece a variação regulatória, rotineira em nosso país, imprevisível, todavia, em seu conteúdo, e permite alterações e adaptações, a seu custo, em pouco tempo, caso ela ocorra.

Descabido tal enredo em que a INFORME adentra com o único fim de

desmerecer a CDN, sem, contudo, utilizar qualquer argumento cabível ou plausível.

f) Adequação dos instrumentos de acompanhamento e controle da execução das ações propostas; e g) Adequação da sistemática de avaliação de resultados proposta.

Por fim, a INFORME alega que o plano de comunicação proposto pela CDN falha na listagem das ações de monitoramento e avaliação. No entanto, pela análise do conteúdo das páginas 32 e 33 da proposta da CDN verifica-se que a questão foi abordada detalhadamente.

Por essa e todas as razões aqui descritas, a CDN solicita a essa Ilma. Comissão que não apenas não dê provimento aos recursos administrativos interpostos pela MÁQUINA e pela INFORME, mas considere o disposto no recurso da CDN para fins de redução de nota das referidas empresas.

V – CONCLUSÃO

Por todo o exposto, pugna-se pelo não provimento dos recursos administrativos interpostos pela MÁQUINA e pela INFORME.

Nestes termos,
pede deferimento.

São Paulo, 30 de novembro de 2017.



CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.

LUIS FELIPE PEREIRA

CPF: 256.092.338-60