

**À COMISSÃO JULGADORA DE LICITAÇÃO DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO (UNICOM)
DO ESTADO DE SÃO PAULO**

PROCESSO SEGOV – PRC – 2021/00706

CONCORRÊNCIA Nº 05/2021

INTERESSADO: UNIDADE DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**ASSUNTO: LICITAÇÃO PARA CONTRATAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
ASSESSORIA DE IMPRENSA**

CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA, já qualificada nos autos do processo licitatório nem epígrafe, vem apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, com fundamento na Cláusula 10.5, do Edital de Concorrência nº 05/2021 c/c com o inciso I, artigo 109, da Lei 8.666/93, em face do julgamento e classificação das propostas técnicas publicada em 06/10/2021, consoante razões a seguir expostas.

I. BREVE SÍNTESE DO PROCESSO LICITATÓRIO

1. Trata-se de processo licitatório, do tipo técnica e preço, para contratação, pelo ITAL (Instituto de Tecnologia de Alimentos), vinculado ao Governo do Estado de São Paulo, de prestação de serviços de assessoria de imprensa no âmbito da Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento.
2. Segundo previsto no Edital de Concorrência nº 05/2021, os licitantes que desejassem participar do mencionado certame, deveriam apresentar três envelopes contendo a proposta técnica, proposta de preços e habilitação.

3. O primeiro envelope a ser aberto seria o contendo a proposta técnica, que seria julgada pela Comissão Julgadora da Licitação, a qual procederia à classificação dos licitantes de acordo com a pontuação que lhes tenha sido conferida após o julgamento da proposta técnica.

4. Em 04 de agosto de 2021, os licitantes entregaram seus envelopes à Comissão Julgadora da Licitação, que em reunião ocorrida em 30 de setembro de 2021 procedeu com a análise e julgamento das propostas técnicas.

5. Abertas as propostas apresentadas pelas empresas licitantes, a Comissão Julgadora da Licitação classificou em primeiro lugar a proposta técnica apresentada pela agência TRIO – C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, tendo, a ora RECORRENTE, sido classificada na segunda posição quanto às notas atribuídas nos aspectos de julgamento.

6. Todavia, da análise comparativa entre as propostas da primeira (TRIO) e da segunda colocadas (CDI) – ora RECORRENTE, não há margem a dúvidas quanto à superioridade, consistência técnica e excelência da proposta formulada pela ora IMPUGNANTE, capaz de propiciar a esta Administração Pública o melhor resultado quanto ao interesse da coletividade, mormente resultando em maior eficiência.

7. Ou seja, analisando-se tecnicamente as propostas, exsurge evidente que a Comissão Julgadora da Licitação se equivocou em relação às notas atribuídas à proposta da licitante TRIO, bem como à da CDI, uma vez que em verdade deve a proposta técnica ofertada pela ora RECORRENTE ser reclassificada, a fim de figurar no primeiro lugar, com o rebaixamento da proposta apresentada pela TRIO.

8. Deste modo, o presente recurso merece ser acolhido, para que haja a reanálise do resultado e a reclassificação das propostas apresentadas pelas licitantes CDI e TRIO, vez que caso assim não procedido, esta Administração Pública poderá não escolher a proposta mais vantajosa, qualificada e eficaz para o serviço de assessoria de imprensa, pois, repita-se, efetuando-se uma análise objetiva dos critérios do certame, fica evidente que a proposta apresentada pela ora RECORRENTE atende melhor aos interesses públicos se compara à proposta da licitante TRIO, que se encontra maculada por premissas técnicas equivocadas, tudo conforme se passa a demonstrar.

II. DA TEMPESTIVIDADE DO PRESENTE RECURSO

9. A na Cláusula 10.5, do Edital de Concorrência nº 05/2021, em consonância com o artigo 109, da Lei 8.666/93, dispõe que dos atos da Comissão Julgadora da Licitação cabe recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

10. Nestes termos, haja vista que a publicação da intimação do julgamento das propostas ocorreu no Diário Oficial do Poder Executivo do Estado de São Paulo, em 06 de outubro de 2020 (documento 01) e que não se considera o dia 12 de outubro como dia útil, em decorrência do feriado nacional de Nossa Senhora Aparecida, o termo final para a interposição do presente recurso se dá em 14 de outubro, configurando a tempestividade da presente peça impugnativa.

III. DA RAZÕES PARA A REVISÃO DO RESULTADO LICITATÓRIO

11. Consoante supra narrado, a proposta apresentada pela RECORRENTE merece ser a vencedora do certame, vez que melhor atende os interesses desta Administração Pública, apresentando maior consistência técnica e melhor integra as especificidades do edital.

12. Neste aspecto, insta consignar, de início, que a Constituição Federal, em seu artigo 37, define os princípios basilares da Administração Pública. *In verbis*:

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

13. Assim, visando atender a tais princípios, a Lei n. 8.666/1993 estabelece que *“as obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contratadas com terceiros, serão necessariamente precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas nesta Lei”*.

14. Conforme estampado no art. 3º, de citada legislação, *“a licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a **seleção da proposta mais vantajosa** para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos”*.

15. É certo, assim, que a finalidade principal da licitação é selecionar a proposta mais vantajosa à coisa pública e que, obviamente, atenda os princípios acima especificados.

16. Sobre o tema, leciona o doutrinador Marçal Justen Filho:

“Os fins buscados pela licitação: as “vantajosidades”. Toda e qualquer contratação administrativa envolve uma solução quanto ao uso de recursos escassos de titulares de um sujeito administrativo. Existe um dever de a Administração adotar a escolha mais eficiente para a exploração dos recursos econômicos de sua titularidade. Portanto e como regra, a licitação visa obter a solução contratual economicamente mais vantajosa para a Administração. A Vantajosidade pode ser enfocada sob uma dimensão econômica, o que conduzirá a uma avaliação da questão sob o prisma da eficiência. Trata-se de determinar a proposta que assegurará o aproveitamento racionalmente mais satisfatório dos bens econômicos”.¹

17. Impõe-se, portanto, a adoção da solução objetivamente mais conveniente e eficiente sob o ponto de vista da gestão dos recursos públicos.

18. Sendo assim, caso não haja a observância dos ditames desses preceitos relevantes, a validade do processo licitatório ficará comprometido, tornando-o vulnerável à sua desconstituição.

¹ In “Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos”, Ed. Dialética, 5ª Edição, fls. 54.

19. Acontece que, mantida a classificação ora impugnada, ou seja, mantida a tecnicamente deficiente proposta técnica da empresa TRIO em primeiro lugar, ao invés de classificar em primeiro lugar a proposta apresentada pela CDI, esta Administração Pública não vai aderir à proposta mais vantajosa para o serviço de assessoria de imprensa em comento, haja vista que, repita-se, de uma análise técnica objetiva dos critérios do certame, fica evidente que a proposta apresentada pela ora RECORRENTE atende melhor aos interesses da coisa pública, se comparada à proposta técnica da TRIO, comprometendo-se, assim, o princípio da eficiência.

20. Sobre referido princípio, lecionado Di Pietro:

“O princípio da eficiência apresenta, na realidade, dois aspectos: pode ser considerado em relação ao modo de atuação do agente público, do qual se espera o melhor desempenho possível de suas atribuições, para lograr os melhores resultados; e em relação ao modo de organizar, estruturar, disciplinar a Administração Pública, também com o mesmo objetivo de alcançar os melhores resultados na prestação do serviço público”.

21. Neste aspecto, conforme tecnicamente adiante se demonstrará, depreende-se que a proposta classificada em primeiro lugar incidiu em equívocos técnicos que comprometem o atingimento do melhor aproveitamento dos recursos da coletividade, conforme se passa a apontar, motivo pelo qual, a decisão da Comissão Julgadora merece revisão.

IV. EQUÍVOCO I – DE LEITURA EQUIVOCADA DA MISSÃO DO ÓRGÃO LICITANTE

22. Logo no “subquesto 1 (raciocínio básico), denota-se que a proposta técnica classificada em primeiro lugar pela d. Comissão Julgadora da Licitação, qual seja a da C A da Silva Comunicação Corporativa – “TRIO”, demonstra carência de uma visão estratégica, uma vez que, equivocadamente, posiciona o ITAL (Instituto de Tecnologia de Alimentos), como uma instituição a serviço do agronegócio, quando, na realidade, o

propósito do instituto é o desenvolvimento de tecnologias para a indústria de alimentos, não apenas se limitando apenas aos interesses do agronegócio.

23. Vejamos, como exemplo, que a TRIO afirma: *“É propósito deste plano que os agricultores percebam o ITAL (...) como a principal e mais confiável fonte de divulgação de assuntos agrícolas com o propósito de servir ao público do campo”*.

24. Contudo, mister se faz consignar que, embora o ITAL se alimente do agronegócio e retire do campo as suas matérias-primas, as suas relações fundamentais estão localizadas em outra frente, a saber, a indústria de alimentos. Prova disso é o enunciado disposto em seu próprio website, nos dois parágrafos iniciais da página “institucional”:

“O Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital) é referência no mercado nacional na realização de atividades de pesquisa, desenvolvimento, assistência tecnológica, inovação e difusão do conhecimento nas áreas de embalagem, transformação, conservação e segurança de alimentos e bebidas.”

“O órgão (...) se destaca por desenvolver tecnologias que ampliam o ‘tempo de prateleira’ dos produtos e viabilizam o aproveitamento de resíduos de processamentos. Além disto, tem como foco também os projetos ligados à saúde do consumidor e à segurança de alimentos, como o desenvolvimento de produtos diet, light e funcionais. Para empresas, oferece serviços de consultoria, capacitação e análises, com garantia de isenção e competência.” (grifamos)

25. Em decorrência desse equívoco, que seria evitado se a licitante TRIO tivesse analisado o website da ITAL antes de elaborar sua proposta técnica, a proposta classificada em primeiro lugar na análise técnica estabelece um desvio no foco estratégico dos serviços a serem prestados, ao errar, justamente, o destinatário da comunicação que visa atingir a Administração Pública com a contratação do serviço de assessoria de imprensa. Ou seja, verifica-se que a proposta selecionada é equivocada quanto a um dos seus pontos mais importantes e relevantes.

26. Além do mais, a agência TRIO assim dispõe em sua proposta: *“Para a TRIO, pois, o ITAL representa esse vasto universo ao trabalhar em favor do setor primário da economia. As pesquisas que desenvolve se destinam a renovar perspectivas de*

mudanças, criar novos horizontes para futuras gerações de produtores, garantindo renda, segurança e futuro para a comunidade rural paulista”.

27. Neste aspecto, é patente o equívoco da licitante vencedora, ao declarar que o ITAL trabalha em favor do **setor primário**.

28. Como se sabe, o foco estratégico de aludido instituto é a indústria de alimentos, assim, obviamente, trabalha para o **setor secundário** da economia. O ITAL tem como objetivo precípua justamente possibilitar que os produtos do setor primário seja transformado a fim de aumentar sua durabilidade. Suas pesquisas não objetivam beneficiar futuras gerações de produtores (rurais), embora este seja um efeito secundário relevante derivado de sua atuação, mas sim possibilitar que os produtos produzidos pelos agricultores sejam beneficiados, transformados para serem, então destinados aos consumidores finais.

29. Com efeito, não se pode confundir efeito secundário com missão, ou seja, a razão de ser de uma instituição, pois as consequências danosas que advêm dessa miopia se fazem sentir em praticamente toda a proposta técnica da licitante, seja da errônea identificação do público-alvo prioritário, seja em todas as ações propostas no “plano de ação”, o que, fatalmente, resultará, caso mantida a escolha por referida proposta, em inconsistência indesejáveis à imagem e à reputação da marca ITAL, já que se contratará um serviço dissociado da real necessidade do mencionado instituto, contrariando, evidentemente, o interesse da Administração Pública.

V. EQUÍVOCO II – DO ERRO NA DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO PRIORITÁRIO

30. Como dito, do erro técnico acerca da identificação do verdadeiro objetivo, da real missão do ITAL, pela proposta técnica da TRIO, decorre o erro na definição do público-alvo prioritário, já que, como diz a sabedoria popular, “não há vento favorável para quem não sabe a direção que deve seguir”.

31. No caso em comento, ao errar de forma grosseira sobre a real missão do ITAL, a proposta da TRIO erra ao identificar os seus principais interlocutores na

imprensa, como sendo jornalistas especializados no agronegócio, conforme procede ao longo de todo o “plano de ação”.

32. Ao assim proceder, a TRIO se furta de incluir e, sobretudo, impor preferência, a outros campos de interesse jornalístico, tais como os nichos existentes em áreas como: (i) economia e negócios, indústria, tecnologia e inovação e (ii) alimentação, saúde, bem-estar, qualidade de vida e a ciência aplicada a essas áreas.

33. É evidente que não se deve retirar a importância da mídia especializada em agricultura, uma vez que ela é parte importante do processo de construção da imagem do ITAL, porém, a TRIO claramente confunde as implicações decorrentes da especificidade do objeto do Exercício Criativo (o ITAL) com as do órgão licitador (a Secretaria da Agricultura). Logo, não se pode deixar de frisar as diferenças entre citadas instituições no que diz respeito às características dos serviços de comunicação a serem prestados.

34. A fragilidade verificada na proposta da TRIO, relativamente à definição do público-alvo prioritário, fica patente, ainda, quando se analisa as prioridades atribuídas pela licitante vencedora, ao tipo de mídia que pretende valorizar.

35. No “plano de ação” (subquesto 2), a agência afirma que *“irá apresentar propostas para ampliar a relevância do ITAL na mídia, com participação ativa na imprensa e especial atenção aos meios eletrônicos: emissoras de rádio e televisão”*.

36. Em contrapartida, a RECORRENTE faz um diagnóstico com melhor fundamento a respeito da inserção do ITAL na mídia, utilizando-se de um critério de corte mais apropriado.

37. Em sua proposta (subquesto 1 – raciocínio básico), a RECORRENTE apresentou dados técnicos que demonstram que *“aproximadamente 50% das veiculações ocorreram em veículos segmentados/especializados; 47% das inserções foram em veículos regionais/locais, grande parte dos quais do interior paulista; e apenas 3,5% - ou 14 veiculações – em mídia de expressão nacional”*.

38. Em síntese, nota-se que, enquanto a TRIO prioriza as **emissoras de rádio e televisão**, a RECORRENTE CDI foca, prioritariamente, nas **mídias de expressão nacional**.

39. A fim de deixar clara a implicação de tais diferenças, questiona-se, a título exemplificativo: “o que é mais importante para a imagem da ITAL: veicular uma matéria jornalística na emissora TV APARECIDA ou no JORNAL HOJE (REDE GLOBO DE TELEVISÃO), de maior expressão nacional”? “Ser protagonista em uma matéria na RÁDIO DE PIRACIBADA ou no jornal da rádio CBN”?

40. Os exemplos supra indicados deixam claro que o corte mais adequado, quando se deseja definir o foco estratégico de mídia, não é por tipo de veículo (impresso, eletrônico ou digital), mas por abrangência de sua audiência e expressão no âmbito nacional. Consoante a RECORRENTE indica em sua proposta técnica, o ITAL tem vocação para as mídias de relevância nacional, nas quais, também, incluem-se os programas e noticiários de rede das emissoras de rádio e de televisão.

41. Destarte, fica fácil perceber a fragilidade do foco estratégico definido pela TRIO, visto que, conforme acima se indicou, a programação jornalística de rede das emissoras de rádio e televisão estão contidas nas mídias de expressão nacional. Contudo, o contrário não é verdadeiro, uma vez que são numerosos os exemplos de programas nestas modalidades de veiculação de detém baixa expressividade quanto ao alcance, bem como na qualidade da audiência atingida.

VI. EQUÍVOCO III – DA INCONSISTÊNCIA DAS OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

42. Das razões supra apresentadas, infere-se que a proposta técnica classificada em primeiro lugar contém inconsistências relevantes que não podem deixar ser reconhecidas por aqueles que detém responsabilidade pelo julgamento da licitação, sob pena de infringência aos princípios norteadores da Administração Pública acima apontados.

43. Salienta-se adicionalmente aos aspectos já mencionados, o disparate da situação: no subquesito 5 (Oportunidade de Mídia Positiva), a licitante vencedora apresenta uma sugestão (item 2 – Aprimoramento das matérias do setor) que se propõe a “*promover programas para aprimoramento de técnicas de apuração e de formação de fontes seguras para substanciar materiais*”.

44. Todavia, além de não se preocupar em especificar a quais tipos de programas se refere, tal como seria desejável neste capítulo, a TRIO toma para si um desafio de formação profissional próprio de uma faculdade de jornalismo, como se fosse possível suprir, em apenas algumas horas de treinamento, conteúdos que um curso superior não foi capaz de fixar em quatro anos.

45. A sugestão não é apenas pretenciosa e inexecutável, como também é inadequada para constar no elenco de oportunidades de mídia positiva de uma proposta, uma vez que se trata de uma intenção de ação de capacitação, de fundo metodológico que, pois, está muito distante de identificar um aspecto associado ao conjunto de narrativas do ITAL, com potencial para se explorado como pauta, ou seja, oportunidade de mídia positiva.

VII. EQUÍVOCO IV – DOS RISCOS DA PROPOSTA VENCEDORA APONTADOS PELA PRÓPRIA AGÊNCIA SELECIONADA

46. Dados os inúmeros equívocos técnicos e conceituais verificados na proposta licitatória apresentada pela agência TRIO, erros estes, conforme se pode depreender, de natureza óbvia e primária, sua classificação em primeiro lugar não apenas vulnera a necessidade de julgamento técnico objetivo, como a vantajosidade e eficiência que devem ser buscadas em um certame licitatório.

47. E se as tecnicidades arrevesadas, supra apontadas, já não bastassem para evidenciar que a proposta técnica da TRIO não é a mais vantajosa à Administração Pública, mormente em termos de eficiência, mister consignar que essa licitante faz outra sugestão no subquesito 5 (Oportunidade de Mídia positiva), dentro do item 2 (Aprimoramento das matérias do setor) que, posteriormente, no subquesito 6

(Identificação de riscos à imagem) é apontada, no item 1 (baixa adesão aos programas oferecidos) como risco à imagem do ITAL: *“algumas ações podem não ter o retorno esperado”*, reconhecendo assim, a agência em questão, que, ao dizer: *“algumas ações”*, refere-se a ações por ela mesma propostas.

48. Ora, se a própria licitante entende que a sugestão, por ela mesma apresentada, pode ser caracterizada como risco de imagem, por qual razão, então, a indica? Vale o risco de macular a imagem da ITAL à toa?

49. Para além dos paradoxos, contradições e equívocos técnicos e conceituais que abundam na proposta da agência TRIO, salta aos olhos a própria incapacidade da empresa selecionada de compreensão daquilo que constitui uma oportunidade de mídia positiva e de uma risco à imagem do cliente, vez que, novamente, o item 1, do subquesto 6, está conceitualmente muito distante de identificar um aspecto associado ao conjunto de narrativas do ITAL, como potencial para ser explorado como pauta negativa, ou seja, de representar um risco de imagem.

50. Aliás, esses erros não espantam, em verdade, pois se a TRIO não soube sequer delimitar o real objetivo institucional do ITAL, o qual se encontra descrito em seu website, não causa estranheza que tenha elaborado uma proposta técnica tão tecnicamente deficiente e errada.

VIII. CONCLUSÃO

51. À vista de todos os equívocos acima apresentados, é de se concluir que a proposta técnica selecionada em primeiro lugar, de modo algum, se mostra a mais vantajosa à Administração Pública, obstando-se o atingimento dos melhores resultados na prestação do serviço público.

52. Sendo assim, não há, na licitação em análise, observância dos ditames dos princípios norteadores da Administração Pública, em especial, da eficiência, de modo que a validade do processo licitatório fica comprometida, tornando-se vulnerável à sua invalidação.

53. Caso o presente recurso não seja provido, esta Administração Pública poderá ser obrigada a aderir a uma proposta tecnicamente débil, e por isso menos vantajosa para o serviço de assessoria de imprensa, vez que, efetuando-se a análise objetiva dos critérios do certame, fica evidente que a proposta apresentada pela ora RECORRENTE atende melhor aos interesses da coletividade, se compara à proposta vencedora.

54. Ademais, a análise comparativa entre a primeira colocada (TRIO) e a segunda (CDI) – ora RECORRENTE, não deixa margem a dúvidas quanto à superioridade, consistência técnica e excelência da proposta formulada pela impugnante.

55. A proposta apresentada pela RECORRENTE é, conforme acima se apontou (i) **mais abrangente**, porquanto inclui um elenco de públicos-alvo maior e hierarquicamente mais bem colocado; (ii) **mais efetiva**, pois se apresenta de forma mais ambiciosa quanto aos objetivos a serem alcançados; (iii) **mais contemporânea**, visto que contempla e atribui o devido tratamento a questões e temas sensíveis presentes no noticiário atual da mídia; (iv) **conceitualmente mais adequada**, por abordar com maior clareza e assertividade temas fundamentais, como a própria missão do ITAL e (v) **metodologicamente superior**, pois não incorre em incapacidade de entendimento sobre a natureza das ideias que se espera receber em cada subquesto da proposta.

56. Em suma, a proposta técnica da CDI sabe exatamente o que deve fazer para que as finalidades institucionais do ITAL sejam bem divulgadas, até porque soube identificar qual é a real finalidade institucional do mencionado ITAL.

IX. DOS PEDIDOS

57. Em face das razões expostas, a RECORRENTE pugna pelo recebimento do presente recurso e seu posterior provimento, para que seja procedida à revisão das avaliações já realizadas, por meio da releitura e reclassificação das propostas técnicas da primeira (TRIO) e segunda (CDI) colocadas, com a promoção de um debate direto entre ambas e revisão das notas técnicas atribuídas às duas agências, em todo os quesitos de julgamento, mediante uma revisão isenta e imparcial, conforme se espera

de todas as licitações do Poder Público, cuja revisão certamente importará no reconhecimento da superioridade da proposta licitatória da ora RECORRENTE, que melhor atende as necessidades desta Administração Pública e poderá lhe propiciar melhores resultados, com menos dispêndios, e de acordo com os princípios da competitividade, economia, isonomia, vinculação ao edital e, em especial, da eficiência.

58. Para tanto, pede-se que esta comissão julgadora reconsidere sua decisão, conforme faculdade prevista no § 4º, do artigo 109, da Lei 8.666/93, com a classificação da proposta técnica da CDI em primeiro lugar, vez que é a que melhor atende aos interesses deste Administração Pública.

59. Ou, caso assim não se entenda, seja o presente recurso remetido à análise da autoridade superior e competente para apreciação, a fim de que lhe seja dado provimento, para que sejam reclassificadas as propostas técnicas da TRIO e da CDI, com a classificação da proposta técnica da CDI em primeiro lugar.

Termos em que,

Pede deferimento.

São Paulo, 14 de outubro de 2021.



CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA

Pedro Henrique de Oliveira Santos

Cpf: 364.451.278-78