

**Ref. Processo: 00121-00000518/2021-37 - Concorrência Pública 01/2021**

Interessado: BR Mais Comunicação

Objeto: contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes à: a) Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa da Companhia de Planejamento do Distrito Federal - Codeplan, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional; b) Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; c) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da Companhia de Planejamento do Distrito Federal - Codeplan junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

**1. DOS FATOS:**

1.1. Trata-se de Recurso Administrativo apresentado pela empresa BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA, qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, por seu representante, signatário do presente, com fulcro no art. 59, #1º da Lei 13.303/16 e no item 19.1 do Edital, pelas razões de fato e de direito, sobre as quais requer o que segue:

(...)

*234. Ante ao exposto, requer, a BR Mais Comunicação LTDA, que esta Comissão e Doutos Julgadores recebam o presente recurso, eis que tempestivo, e o acolham integralmente, a fim de que as pontuações conferidas à ora Recorrente e à In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS sejam amplamente revistas, uma vez que o julgamento foi feito de forma subjetiva e se pautou até mesmo em critérios que não constaram no instrumento convocatório, o que é capaz de Violar os princípios da Administração Pública.*

*235. Assim, requer-se o integral provimento do presente recurso para majorar a pontuação atribuída à BR Mais, classificando a, através de suas novas notas, bem como para reduzir os pontos conferidos à In.Pacto, tudo com base nos argumentos aqui delineados.*

*236. Posteriormente, que seja feita outra planilha de classificação, com base na nova realidade que será encontrada.*

Three handwritten signatures in blue ink are located in the bottom right corner of the page. The signatures are stylized and appear to be initials or names of the signatories.

## 2. DA ANÁLISE:

2.1. Em atenção ao recurso da empresa BR Mais Comunicação (78511050), a Subcomissão Técnica de Licitação, que analisou os produtos das licitantes da Concorrência No 1/21, nos termos que passo a discorrer:

2.1.1. Houve, de fato, em alguns pontos avaliados, notas semelhantes dos membros da subcomissão técnica, o que não caracteriza nenhuma irregularidade no processo de análise dos produtos.

2.1.2. Um exemplo disso foi o Plano de Comunicação apresentado pela BR Mais Comunicação, considerado unanimemente simplista pelos três membros da subcomissão.

2.1.3. Os itens do plano não foram respondidos de forma clara. Além disso, o plano de comunicação apresentado pela empresa apresenta uma análise simplista e equivocada em relação às comparações das redes sociais da Codeplan com as de instituições de âmbito nacional.

2.1.4. Embora a comissão reconheça que o alcance dos dados e estudos produzidos pela Codeplan precise ser ampliado, e que a companhia tem qualificação técnica para isso, a comissão considerou que as comparações feitas com as citações de jornalistas que cobrem os assuntos nacionais e as redes sociais das instituições comparadas não pode ser de tal forma simplificada. Simplesmente comparar as redes sociais da Codeplan com as de instituições como o IBGE não é factível. Ampliar a penetração dos estudos e dados da Codeplan é um dos objetivos de comunicação da companhia, buscando não apenas alcance nas redes sociais, mas uma presença estratégica e qualitativa entre os formadores de opinião.

2.1.5. A comissão reconhece a importância do benchmarking, mas não concordou com a maneira descontextualizada com que foi realizado. Não se trata apenas de comparar a quantidade de seguidores nas redes sociais ou do número de formadores de opinião que citam a companhia em suas análises. É preciso levar em conta o contexto atual em que a Codeplan atua e pensar formas estratégicas de aumentar esta visibilidade, buscando primeiramente uma presença qualitativa e depois quantitativa em relação aos seus variados públicos.

2.1.6. A comissão acredita que o benchmark se faz pertinente, sim, mas não concorda com a forma simplista como ele foi feito e as comparações realizadas. É necessário apresentar não apenas sugestões de produtos, mas de estratégias mais detalhadas quando se apresentam nos serviços de comunicação.

2.1.7. A situação é semelhante quando o plano se refere ao alcance de editores e comentaristas que cobrem o noticiário nacional. O plano faz referência ao alcance dessas instituições como se a Codeplan produzisse o mesmo tipo de dados e tivesse alcance semelhante. É de conhecimento desta comissão que o alcance dos dados da Codeplan precisa ser ampliado, assim como a relação com os jornalistas deve melhorar. Entretanto, o plano precisa apresentar conclusões e detalhar melhor as ações para o cenário atual e o que se busca.



2.1.8. Faltou ainda à empresa estender sua análise a outros públicos da empresa, igualmente fundamentais para o atingimento do objetivo da maior visibilidade da companhia, como os pesquisadores e os gestores públicos de diversos órgãos do Distrito Federal.

2.1.9. Em relação à crítica constante sobre a pontuação dada a empresa em vários tópicos do processo, é fundamental esclarecer que, nos tópicos com pontuação máxima 5, a próxima nota abaixo permitida é de 2,5 – não havendo, portanto, possibilidade de notas intermediárias, conforme prevê o edital da licitação, no item 17 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA.

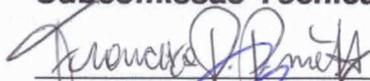
2.1.10. Em relação ao Podcast, a subcomissão reconhece o produto produzido, mas também foi unânime em analisar, conforme consta no relatório, que a vinheta deixou a desejar, pois não prende o ouvinte. A narrativa se torna cansativa com excesso de dados numéricos e a falta de um conteúdo que prenda a atenção do ouvinte. O áudio apresenta um roteiro simples e básico., com uma linguagem majoritariamente publicitária. As falas parecem ter um roteiro engessado, falta naturalidade, falta um equilíbrio que prenda a atenção do ouvinte sem parecer um espaço oficioso de informações. Por fim, a fonte da Codeplan não foi devidamente identificada com o cargo ou a especialidade.

2.1.11. No Videorelease, a comissão, como já especificou em seu relatório, destacou a constância e repetição de fundo em fastmotion, tornando a experiência pouco confortável, bem como trilha sonora incompatível com as transições e com os conceitos apresentados, além das imagens em baixa resolução. A possível inclusão de legenda e linguagem em Libras não é um ponto obrigatório do edital, mas seria uma iniciativa de inclusão, tão importante e necessário nas mídias atuais, para uma companhia que pretende dialogar com cada vez mais públicos.

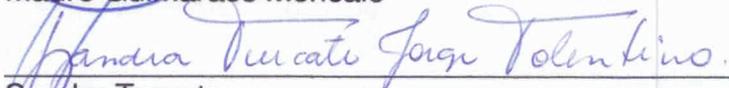
### 3. CONCLUSÃO:

3.1. Em face do conteúdo analisado pela Subcomissão Técnica de Licitação, bem como entendendo que restaram justificados todos os pontos avaliados pela Comissão do certame, **concluimos pelo não acolhimento** do Recurso Administrativo apresentado pela empresa BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA.

#### Subcomissão Técnica de Licitação:

  
Francisco Pimenta

  
Mauro Guimarães Moncaio

  
Sandra Turcato