

À Comissão Especial de Licitação da**Secretaria de Estado da Comunicação do Paraná,****Concorrência Presencial nº 06/2024**

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. (Partners), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na Avenida do Contorno, 8.289, 2º e 3º andares, Gutierrez, 30110-059, Belo Horizonte, Minas Gerais, vem, por seus representantes que abaixo subscrevem, com fundamento no item 8.1 do edital da concorrência em epígrafe, interpor

Recurso Administrativo

em face da classificação das licitantes **PRIDEA COMUNICAÇÃO LTDA. (Pridea)**, **CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA. (CDI)** e **APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. (Approach)**, pelos seguintes fatos e fundamentos:

I. TEMPESTIVIDADE E CABIMENTO.

Inicialmente, demonstra-se a tempestividade das presentes razões. Conforme o COMUNICADO – REABERTURA DE PRAZO RECURSAL – ETAPA DE CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, o prazo para interposição de recursos da etapa de classificação de propostas técnicas foi reaberto e **“findará na data de 30 de janeiro de 2025, às 23h59”**.

BELO HORIZONTE

Rua Yvon Magalhães Pinto, 615, 8º andar
São Bento | Belo Horizonte | MG
CEP 30350.560 | Tel. (31) 3527.5800

SÃO PAULO

Rua Bandeira Paulista, 726, 17º andar
Itaim Bibi | São Paulo | SP
CEP 04532.002 | Tel. (11) 3056.2110

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, Brasil 21
Bloco A, sala 501 | Brasília | DF
CEP 70316.102 | Tel. (61) 2193.1283

CUIABÁ

Avenida das Flores, 945, 10º andar
sala 1006 | Jardim Cuiabá | MT
CEP 78043.172

TPCADVOGADOS.COM.BR

Considerando que a Partners Comunicação já havia protocolizado recurso dentro do prazo original, pede-se que seja desconsiderada aquela manifestação, substituindo-a pela presente, em respeito aos princípios da ampla defesa, isonomia e devido processo.

II. RAZÕES PARA REFORMA DA DECISÃO.

Trata-se de licitação promovida para a contratação de "*serviços de assessoria de comunicação institucional, observado o conceito de tal serviço previsto no art. 20-B da Lei Federal nº 12.232/2010, para atender a demanda da Secretaria de Estado da Segurança Pública – SESP*".

As razões que levam a Partners Comunicação a apresentar esse recurso são duas:

- 1) Solicitar a desclassificação das concorrentes Pridea, CDI e Approach, por aspectos que serão apresentados no decurso destas razões;
- 2) Solicitar a revisão de sua nota técnica, com base em critérios que asseguram a plena isonomia do julgamento.

É fundamental deixar claro que, ao pedir essa revisão, a Partners não quer, de forma alguma, duvidar da competência ou desqualificar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica, encarregadas do julgamento. Estamos cientes das dificuldades e da complexidade que cercam um processo dessa natureza. Contudo, a lei assegura a fase de recursos como parte do certame, justamente para que pontos que passaram despercebidos sejam apontados, esclarecimentos obtidos e correções realizadas nas notas técnicas, sempre que tais solicitações sejam pertinentes e baseadas em argumentos justos e constatáveis. Assim, ciente de estar agindo na melhor forma da lei e respeitando o processo legal adequado, a Partners apresenta esse recurso, confiante de que o mesmo será inteiramente acolhido.

A. Da desclassificação da concorrente Pridea por identificação da sua proposta técnica.

Como comprovaremos a seguir, a proposta técnica apresentada pela Pridea contém diversos elementos que demonstram que a concorrente não apenas descumpriu o edital, de maneira reiterada, como também inseriu elementos não permitidos e omitiu elementos obrigatórios que retiraram sua proposta do padrão, tornando-a evidentemente identificada.

Dessa forma, não há como permitir sua continuidade no certame, pois não estamos falando de situações que possam ser ignoradas ou desconsideradas pelo critério do formalismo moderado, **mas, sim, de descumprimento flagrante das normas editalícias que, se permitido, macularia o certame e exigiria a sua anulação, por vício insanável.** O detalhamento a seguir demonstrará, de forma clara e objetiva, esses descumprimentos:

(i) As vias identificada e não identificada são diferentes entre si.

Reza o edital, bem como todas as boas práticas das licitações públicas, que as vias identificada e não identificada de uma licitante **devem ser rigorosamente iguais:** à exceção, naturalmente, da logomarca da empresa proponente na via identificada. O edital da licitação em tela corrobora essa premissa, como se pode ver a seguir:

2.3 Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada (Invólucro nº 2)

2.3.1 O Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada **deverá constituir-se em cópia da via não identificada (inclusive quanto à formatação, conforme item 2.2.1 acima), com a identificação da licitante,** e ser datada e assinada na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou procuração, devidamente identificado. (grifos nossos)

Apesar disso, **a Pridea ignorou totalmente essa determinação, ao apresentar uma via identificada na qual, por alguma razão incompreensível, o texto da proposta técnica é substancialmente modificado para que o nome da empresa apareça, em negrito, nada menos do que 14 vezes, ao longo do Plano de Comunicação.**

A tabela a seguir traz alguns exemplos em que os trechos similares são comparados, nas vias identificadas e não identificadas, mostrando as inserções e alterações.

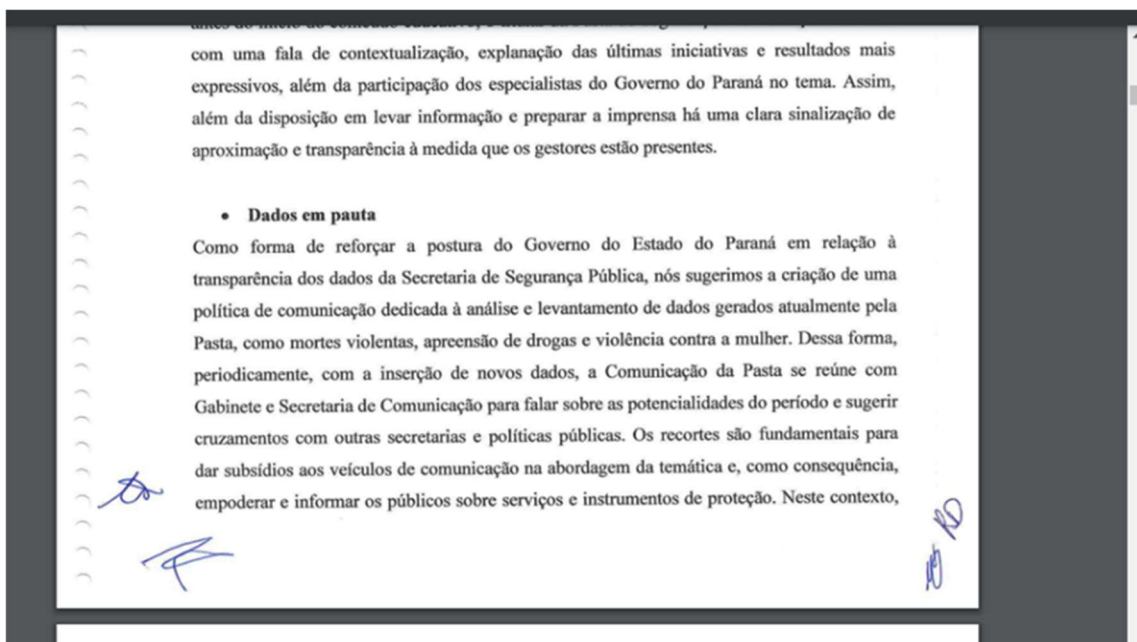
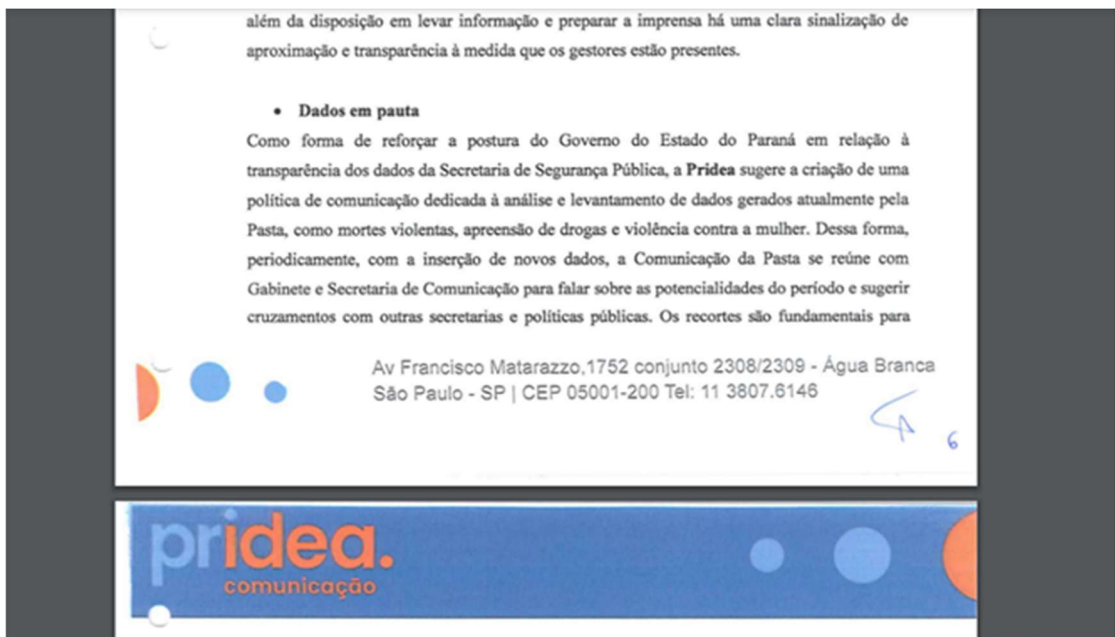
Via não identificada	Via identificada
“Atuaremos no sentido de construir, a partir dos dados disponíveis, histórias reais para abastecer a imprensa regional e nacional...”	“A Pridea Comunicação atuará no sentido de construir, a partir dos dados disponíveis, histórias reais para abastecer a imprensa regional e nacional...”
“Para tanto, nós sugerimos as ações abaixo descritas como forma de agregar valor às iniciativas da Pasta por meio de espaços positivos na imprensa:”	“Para tanto, a Pridea Comunicação sugere as ações abaixo descritas como forma de agregar valor às iniciativas da Pasta por meio de espaços positivos na imprensa:”
“Como forma de reforçar a postura do Governo do Estado do Paraná em relação a transparência dos dados da Secretaria de Segurança Pública, nós sugerimos a criação de uma política de comunicação dedicada à análise e levantamento de dados...”	Como forma de reforçar a postura do Governo do Estado do Paraná em relação à transparência dos dados da Secretaria de Segurança Pública, a Pridea sugere a criação de uma política de comunicação dedicada à análise e levantamento de dados...”
“Como forma de estimular a utilização de dados, nós atuaremos no sentido de mapear não apenas situações envolvendo cidadãos comuns, ...”	“Como forma de estimular a utilização de dados, a Pridea atuará no sentido de mapear não apenas situações envolvendo cidadãos comuns, ...”
“Por meio de análise de dados gerados pelo CIG-PR, geraremos pautas positivas e fazer a comunicação entre as pastas de assuntos correlatos...”	“Por meio de análise de dados gerados pelo CIG-PR, a Pridea poderá gerar pautas positivas e fazer a comunicação entre as pastas de assuntos correlatos...”
“A partir do cenário descrito acima, bem como a introdução à metodologia a ser adotada, implantaremos ações focadas na divulgação de dados estratégicos para a imprensa...”	“A partir do cenário descrito acima, bem como a introdução à metodologia a ser adotada, a Pridea Comunicação implantará ações focadas na divulgação de dados estratégicos para a imprensa...”

<p>Entendendo os dados: para além dos cursos rápidos de jornalismo de dados, é importante desenvolver um tutorial animado de como interpretar as estatísticas, seja para a imprensa ou para a população, também em versões inclusivas, no qual desenvolvemos toda a parte de roteirização.</p>	<p>Entendendo os dados: para além dos cursos rápidos de jornalismo de dados, é importante desenvolver um tutorial animado de como interpretar as estatísticas, seja para a imprensa ou para a população, também em versões inclusivas, no qual a Pridea desenvolve toda a parte de roteirização.</p>
<p>Atuaremos junto à mídia propondo que estes portavozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação.</p>	<p>A Pridea atuará junto à mídia propondo que estes portavozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação.</p>
<p>Conjuntamente com a SESP e a Secretaria de Comunicação, identificaremos os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes.</p>	<p>Conjuntamente com a SESP e a Secretaria de Comunicação, a Pridea identificará os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes.</p>
<p>Media Audit: com intuito de medir as ações realizadas junto à imprensa, indicamos o desenvolvimento periódico de sondagens junto aos principais atores da mídia espontânea.</p>	<p>Media Audit: com o intuito de medir as ações realizadas junto à imprensa, a Pridea indica o desenvolvimento periódico de sondagens junto aos principais atores da mídia espontânea.</p>
<p>Nos desenharemos a estratégias de divulgação, tanto para a capital, como para as demais regiões do estado, avaliando as sensibilidades e pontos fortes para cada localidade.</p>	<p>A Pridea desenhará a estratégias de divulgação, tanto para a capital, como para as demais regiões do estado, avaliando as sensibilidades e pontos fortes para cada localidade.</p>
<p>Trabalhamos com jornalismo de dados, ou seja, interpreta, fazemos cruzamentos, avaliamos riscos e traçamos estratégias de divulgação.</p>	<p>A Pridea trabalha com jornalismo de dados, ou seja, interpreta, faz cruzamentos, avalia riscos e traça estratégias de divulgação.</p>

desenvolvemos um mapa anual de pautas, que traz a estratégia de divulgação e os objetivos a serem alcançados.	a Pridea desenvolve um mapa anual de pautas, que traz a estratégia de divulgação e os objetivos a serem alcançados.
Dessa forma, sugerimos o desenvolvimento de Matriz de Temas Correlatos, com pesquisas, informações, estatísticas e dados que não sejam necessariamente desenvolvidos pela SESP, mas que tenham relação com os assuntos e políticas públicas geridas pela Pasta.	Dessa forma, a Pridea sugere o desenvolvimento de Matriz de Temas Correlatos, com pesquisas, informações, estatísticas e dados que não sejam necessariamente desenvolvidos pela SESP, mas que tenham relação com os assuntos e políticas públicas geridas pela Pasta.
WhatsApp Imprensa: envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem a área de Segurança Pública e temas relacionados. Realizaremos o envio por meio de ferramenta própria;	WhatsApp Imprensa: envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas que cobrem a área de Segurança Pública e temas relacionados. A Pridea realizará o envio por meio de ferramenta própria;

Em consequência dessas modificações irregulares de conteúdo, até mesmo a paginação foi alterada, fazendo com as páginas das vias identificadas e não identificadas terminassem de formas diferentes. Desnecessário dizer que, mais uma vez, a circunstância fere a determinação de que ambas as vias devem ter conteúdos rigorosamente iguais, “inclusive quanto à formatação”, como estabelece o item 2.3.1.

Vejamos um exemplo em que a via identificada termina com a expressão “Os recortes são fundamentais para...” e a via não identificada termina com “Nesse contexto...”:



Nesse outro caso, a via não identificada termina com: "... os principais porta-vozes de cada um dos assuntos tratados. Os...". E a via identificada termina com: "...relação com os veículos e profissionais de imprensa, como..."

população, tornando a estatística o centro da informação.

• **Cases de sucesso**

A prática de compartilhar cases de sucesso, permitindo que as peças se identifiquem com situações e pessoas é essencial para causar empatia e gerar engajamento. Como forma de estimular a utilização de dados, nós atuaremos no sentido de mapear não apenas situações envolvendo cidadãos comuns, mas influenciadores e formadores de opinião que possam ser levadas como exemplo para os paranaenses, seja no combate à violência, histórias de superação de dependentes químicos, moradores de áreas consideradas perigosas que viram a transformação do local após as ações da SESP. Por meio de iniciativas *cross media*, a Agência atuará fortemente tanto na relação com os veículos e profissionais de imprensa, como mapeando no cenário digital os principais porta-vozes de cada um dos assuntos tratados. Os

²² Programa Mulher Segura Paraná (<https://shorturl.at/OirM8>)

²³ Campanha de Conscientização contra violência à pessoa idosa (<https://shorturl.at/ili2i>)

²⁴ Núcleo Estadual de Política Sobre Drogas (<https://shorturl.at/ocrGW>)

população, tornando a estatística o centro da informação.

• **Cases de sucesso**

A prática de compartilhar cases de sucesso, permitindo que as peças se identifiquem com situações e pessoas é essencial para causar empatia e gerar engajamento. Como forma de estimular a utilização de dados, a **Pridea** atuará no sentido de mapear não apenas situações envolvendo cidadãos comuns, mas influenciadores e formadores de opinião que possam ser levadas como exemplo para os paranaenses, seja no combate à violência, histórias de superação de dependentes químicos, moradores de áreas consideradas perigosas que viram a transformação do local após as ações da SESP. Por meio de iniciativas *cross media*, a Agência atuará fortemente tanto na relação com os veículos e profissionais de imprensa, como

²² Programa Mulher Segura Paraná (<https://shorturl.at/OirM8>)

²³ Campanha de Conscientização contra violência à pessoa idosa (<https://shorturl.at/ili2i>)

²⁴ Núcleo Estadual de Política Sobre Drogas (<https://shorturl.at/ocrGW>) - Água Branca

São Paulo - SP | CEP 05001-200 Tel: 11 3807.6146

pridea.
comunicação

(ii) Inserção de títulos e subtítulos em negrito.

Ao longo do processo licitatório, a Comissão de Licitação publicou o Esclarecimento nº 25, a propósito da formatação das propostas técnicas, atendendo a questionamentos de licitantes:

25. Com referência à concorrência 06/2024, da Secretaria de Estado de Comunicação, respeitosamente solicitamos os seguintes esclarecimentos: As orientações para apresentação dos textos dos itens Raciocínio Básico, Plano de Ação, Oportunidades de Mídia Positiva, Identificação dos Riscos à Imagem e Análise Diária de Imagem não mencionam a permissão do uso de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas por meio dos quais o licitante poderia esclarecer ou detalhar aspectos da sua Proposta Técnica. Diante disso, perguntamos:

a) ...

b) ...

c) ...

d) Será permitida a inserção de negrito, itálico e texto sublinhado no corpo de texto da Proposta Técnica, de modo a detalhar e demarcar subitens, títulos e subtítulos?

Resposta: Não. (grifos nossos)

Observa-se, porém, que **a Pridea ignorou essa negativa e inseriu, em sua via não identificada, diversos títulos, subtítulos e itens em negrito**, como demonstram os trechos a seguir, apresentados como exemplos, **mais uma vez evidenciando que sua proposta técnica passou a contar com elementos de identificação, buscando diferenciá-la dos demais concorrentes:**

3.2.1.1 Raciocínio Básico

A estatística sempre esteve presente na humanidade, demonstrando que desde as civilizações mais antigas havia a demanda de quantificar e identificar, transformando os dados em novas

8

3.2.1.2. Plano de Ação

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

Levando-se em conta que o país contabiliza cerca de 14,5 mil¹⁷ empresas noticiosas, segundo

- **Preparar a imprensa**

Com a criação do CIG-PR, centro estatístico para implantação de políticas públicas, e o

c) Materiais a serem produzidos

- **Releases:** produção e envio diário para imprensa regional, estadual e nacional a fim de informar os veículos sobre ações, projetos e novidades envolvendo a SESP;
- **Papers para alinhamento de discursos:** material a ser compartilhado com a equipe da Secretaria de Comunicação e com os gestores da Secretaria de Segurança Pública;
- **Formatação de conteúdo opinativo:** artigos de opinião a serem assinados pelos gestores da Segurança Pública e por demais técnicos e especialistas designados pela Secretaria de Comunicação;
- **Cartas e materiais explicativos:** conteúdo para veículos de imprensa a fim de corrigir eventuais erros ou mesmo ampliar o esclarecimento sobre determinados temas envolvendo a Secretaria de Segurança Pública;
- **Roteiros:** desenvolvimento de materiais para realização de lives ou produtos internos audiovisuais;

(iii) Ausência de numeração nas páginas.

O subitem 2.2, do item DA APRESENTAÇÃO, constante no edital, estabelece que:

2.2 As folhas da Proposta Técnica, assim como os documentos que a complementam, **deverão ser numeradas sequencialmente no padrão de fls. 01 até a última página.** (grifos nossos)

Porém, a via da Prieda – que deveria ser não identificada – não contém qualquer numeração que cumpra o padrão exigido, em quaisquer de suas páginas:

TPC ADVOGADOS.

cidadãos de maneira mais contundente, demonstrando por meio de histórias reais como esses programas têm transformado a realidade dos paranaenses. A junção de dados, inteligência aplicada e resultados seria perfeita para revelar esse retrato não fosse o fato de a Secretaria de Segurança Pública ser uma das mais mal avaliadas do Governo do Paraná, segundo pesquisa

¹ Artigo A Estatística e Sua História (<https://bit.ly/3sSn1BQ>)

² Histórico (<https://shorturl.at/171DY>)

³ CESP (<https://shorturl.at/Uejgl>)

⁴ Paraná tem menor número de homicídios no 1º semestre em 18 anos; roubos caem 24%

(<https://shorturl.at/88uhz>)

⁵ Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2024 (<https://shorturl.at/qvTYH>)

importante: “humanizar os dados é dar vida aos números”. Embora os cientistas gerem estatísticas valiosas, “uma planilha é apenas um retrato dos números até que se coloque nela um rosto humano”. Atuaremos no sentido de construir, a partir dos dados disponíveis, histórias reais para abastecer a imprensa regional e nacional, além dos meios internos de comunicação, ampliando o diálogo do Governo com a população.

¹¹ Pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) sobre dados e plataformas digitais

(<https://shorturl.at/T5tE0>)

¹² Atlas da Violência 2024 (<https://bit.ly/3TsOgOm>)

¹³ Anuário Brasileiro de Segurança Pública (<https://bit.ly/3XFjBtm>)

¹⁴ Mapa de Segurança Pública (<https://bit.ly/3Xr0aTN>)

¹⁵ Instituto Sou da Paz (<https://shorturl.at/JoBSB>)

¹⁶ Como humanizar os dados? (<https://shorturl.at/hKe14>)

Já na via identificada, a numeração foi inserida à mão, mas, **de qualquer forma, a ausência de numeração de qualquer natureza na via não identificada caracteriza mais um diferencial na proposta técnica da Pridea, de antemão já tão eivada de sinais identificadores.**

É importante recordar que a questão da numeração das páginas era clara não apenas no edital, mas foi aprofundada no Esclarecimento 42. Observe-se que o esclarecimento **não dispensa a numeração das páginas**; apenas permite a numeração manual no quesito Capacidade de Atendimento, se for o caso, pela inserção de cópias autenticadas de documentos:

42. Em atenção ao Anexo IV, item 1.2 "c", entendemos que a numeração pelo software editor de texto seja essencial para manter o anonimato da Via Não-Identificada do Plano de Comunicação Institucional da Proposta Técnica (Invólucro 1). Por correspondência, e por ser um espelho desta, a Via Identificada do Plano de Comunicação Institucional da Proposta Técnica (Invólucro 2) também deverá seguir esse padrão de numeração pelo editor de texto. No entanto, considerando-se que o item 2.4 (Capacidade de Atendimento, Perfil e Habilidades Específicos da Equipe) passou a compor um caderno à parte (Invólucro 3) e, considerando-se ainda que esse caderno **contemplará cópias autenticadas de documentos originais dos profissionais** e que seria impossível numerar tais documentos no editor de texto, entendemos que **o conteúdo desse caderno (Invólucro 3) possa ser numerado sequencialmente a partir da página 1 de forma manual**. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Sim, desde que o faça de maneira legível." (grifos nossos)

Senhores: esses não são aspectos mezinhos, ou que possam ser desconsiderados. **Observados isoladamente ou em conjunto – e intencionalmente ou não – o fato é que os descumprimentos da Pridea às normas de formatação da proposta técnica criam signos e diferenciais que permitem a sua diferenciação e identificação, proibida pelo rito desta licitação, com sustentação na Lei 12.232/2010, a que o edital faz expressa remissão:**

Art. 6º ...

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - **será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.** (grifos nossos)

Diante da aposição de elementos de identificação, o ato de desclassificação é vinculado, independentemente da vontade da licitante ou do agente e independentemente do resultado da conduta.

É preciso atenção e rigor para que a flexibilização, adotada como antídoto para os males do formalismo exagerado, não acabe respaldando o descumprimento de itens do edital que deveriam levar à desclassificação, que deve ocorrer sempre que as concorrentes burlam o que está determinado.

Ora, o edital, enquanto “lei” interna da licitação, não pode ser interpretado como contendo exigências desnecessárias ou irrelevantes. Conforme leciona Marçal Justen Filho acerca do princípio do julgamento objetivo:

26) O princípio do julgamento objetivo

A exigência de objetividade no julgamento da licitação é uma emanção dos princípios da isonomia, da impessoalidade, da vinculação à lei e ao ato convocatório e da moralidade. O direito proíbe que as autoridades investidas de competência para decidir o certame e, de modo geral, aplicar o ato convocatório adotem escolhas subjetivas, fundadas em avaliação de conveniência e oportunidade ou puramente arbitrárias.¹

O relaxamento ou o afastamento posterior de normas expressas do edital implicaria necessário favorecimento, mediante violação dos princípios da vinculação ao edital e da igualdade, previstos no caput do art. 5º da Lei Federal n.º 14.133/2021:

Art. 5º 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).

O cumprimento das regras do edital garante o equilíbrio do certame, no melhor interesse da lisura do processo, bem como o respeito aos princípios da vinculação ao edital, da isonomia e do julgamento objetivo, que devem orientar todas as licitações públicas.

Observe-se que esse preceito de clareza e legalidade foi totalmente seguido nas fases prévias da referida Licitação, com publicação de edital detalhado, e com informações complementares por meio dos esclarecimentos divulgados, ao longo do processo como um todo. Assim, todos os concorrentes se obrigam à observância estrita de todos os quesitos e subquesitos constantes do edital, em seus aspectos determinantes, sob pena

de trazer vícios insanáveis ao processo licitatório e levá-lo à anulação, se esses limites forem ignorados.

Assim, desclassificar a Pridea por identificação de sua proposta técnica é ponto pacífico, e medida irremediável, para que o certame possa ir até o final em condições de equilíbrio, com sua legalidade preservada.

Porém, não é apenas nesse aspecto que a concorrente descumpra abertamente o edital: há outro igualmente grave, que enseja sua desclassificação, no qual é acompanhado por outras concorrentes.

B. Do pedido de desclassificação das concorrentes Pridea, CDI e Approach pela não entrega, em sua completude, do Quesito obrigatório 2 - Análise de Mídia.

Ao longo do presente certame, a Comissão de Licitação, muito acertadamente, **desclassificou a concorrente CDN por não apresentar um item obrigatório: o relatório de Análise de Mídia (quesito 2)**. A propósito desse item, o edital define, no item 3.3.1, que:

O relatório deverá ser feito especificamente entre o período de matérias do período a partir de 1º de janeiro de 2024 até 31 de março de 2024, com base na cobertura dos veículos de comunicação, servindo como caráter exemplificativo e demonstrativo as matérias disponibilizadas nos endereços eletrônicos abaixo descritos. (grifos nossos)

Observe-se que a exigência de que a Análise seja “diária” aparece, de forma clara e inequívoca, no início do intertítulo que enuncia o item 3.3 do Edital, na Página 47, do documento “Edital retificado”:

necessária informação, considerando o exercício criativo.

3.3 A Análise Diária de Imagem (Auditoria do conteúdo publicado ou veiculado em veículos de comunicação - jornais, revistas, televisão, rádio, internet e em emissoras de televisão), dar-se-á mediante a apresentação de relatório analítico sobre as notícias veiculadas, que sejam relacionadas ou de interesse da SESP, identificando e detalhando os pontos positivos e os de risco à imagem, com fundamento na estratégia global de comunicação e sugerindo ações de Assessoria de Comunicação Institucional.

3.3.1 O relatório deverá ser feito especificamente entre o período de matérias do período a partir de 1º de janeiro de 2024 até 31 de março de 2024, com base na cobertura dos veículos de comunicação, servindo como caráter exemplificativo e demonstrativo as matérias disponibilizadas nos endereços eletrônicos abaixo descritos:

<https://bit.ly/4dVesTI> - Janeiro

Dessa forma, é absolutamente claro que o edital exige uma análise de **todos os dias indicados no período estabelecido**, o que se pode corroborar ao entrar no link disponibilizado, que possui matérias publicadas referentes a todos os dias. As matérias disponibilizadas em “*caráter exemplificativo e demonstrativo*”, no link, poderiam ser acrescidas de outras. Mas a nenhum concorrente foi dada, pelo edital, **a possibilidade de definir períodos de análise diferenciados ou menores do que os 91 dias corridos estabelecidos, de 1º de janeiro a 31 de março de 2024**. Melhor dizendo, o edital não viabilizou aos concorrentes a possibilidade de entregar, à guisa de cumprimento do Quesito 2, uma análise de mídia feita, apenas, por “*amostragem*”.

Porém, um olhar mais detalhado comprova que as concorrentes Pridea, CDI e Approach ignoraram a norma e incorreram, as três, no mesmo erro grave:

a) A Pridea não apresenta análises de mídia no período entre 13 de janeiro e 15 de fevereiro e, posteriormente, também deixa de fora qualquer análise no período entre 24 de fevereiro e 19 de março. **No total, nada menos que 59 dias suprimidos, dos 91 exigidos. Em percentuais, isso significa que sua análise de mídia não apresentou 64% do conteúdo exigido pelo edital, e que sua entrega traz uma análise totalmente minimizada, de apenas 33 dias.**

PRIDEA – Dias não contemplados na análise de mídia		Quantidade de dias suprimidos
Janeiro	13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31	19
Fevereiro	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 24, 25, 26, 27, 28, 29	21
Março	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19	19
Total de dias não analisados		59

- A CDI deixa de analisar e mencionar nada menos que 48 dias de notícias, nas datas exigidas pelo edital. Enquanto o somatório do período de 1º de janeiro a 31 de março de 2024 representa 91 dias para análises de mídia (31 dias em janeiro, 29 em fevereiro e 31 em março), a CDI apresenta uma análise de, apenas, 43 dias. **Na prática, significa que a CDI deixou de apresentar 53% do trabalho que deveria ter sido entregue.**

CDI – Dias não contemplados na análise de mídia		Quantidade de dias suprimidos
Janeiro	3, 7, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 25, 26, 28, 31	16
Fevereiro	1, 4, 9, 11, 12, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 24, 25, 26, 29	15
Março	3, 5, 9, 10, 13, 15, 16, 17, 18, 21, 23, 24, 25, 28, 29, 30, 31	17
Total de dias não analisados		48

- Já a Approach deixou de analisar um total de 61 dias de notícias no período solicitado, de janeiro a março, ou seja, deixou de entregar 67% do quesito obrigatório. Há uma lacuna de 22 dias em janeiro, 19 em fevereiro e 20 em março. Os dias em que não houve análise de notícias são os seguintes:

APPROACH – Dias não contemplados na análise de mídia		Quantidade de dias suprimidos
Janeiro	1, 3, 4, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 30 e 31	22
Fevereiro	3, 4, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 27 e 29	19
Março	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 23, 24 e 25	20
Total de dias não analisados		61

Senhores membros da Comissão de Licitação: compreendemos que a falha tenha passado despercebida em uma primeira análise (e mesmo aos membros da Subcomissão Técnica, que estavam com o olhar voltado a outros aspectos, pois nenhum jurado cita o problema, em suas colocações). Porém, garantir a conformidade das propostas técnicas que permanecem no certame é uma atribuição que lhes compete, mesmo depois dos Procedimentos Iniciais, e a qualquer ponto do processo licitatório, a Administração tem a prerrogativa de sanar algo que não tenha sido percebido, mas que comprometa o certame. Afinal, como reza o edital:

7.1.1.1. **Será desclassificada** a Proposta Técnica que:

(i) Não atender às exigências do edital e seus anexos. (grifos nossos)

Esta regra tem fundamento no art. 59 da Lei 14.133/2021:

Art. 59. Serão desclassificadas as propostas que:

I - **contiverem vícios insanáveis;**

II - **não obedecerem às especificações técnicas pormenorizadas no edital;**

III - apresentarem preços inexequíveis ou permanecerem acima do orçamento estimado para a contratação;

IV - não tiverem sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;

V - **apresentarem desconformidade com quaisquer outras exigências do edital, desde que insanável.** (grifos nossos)

A Análise de Mídia, no período indicado, era uma exigência do edital, quesito obrigatório que foi cumprido na íntegra não apenas pela Partners, mas também pelas licitantes Savannah, Apex, InPress, Leitura RP e Caio Publicidade, o que comprova que **não havia qualquer dubiedade no entendimento daquilo que se pedia.**

E é ponto pacífico que todos os quesitos obrigatórios de uma licitação são igualmente importantes; e não se pode descumpri-los, sem a penalização prevista. Todos os aspectos contam para pontuar ou desclassificar uma proposta técnica, pois é nos detalhes que se pode perceber o diferencial, a atenção do licitante para com o órgão contratante e sua disposição de cumprir fielmente aquilo lhe é solicitado, com qualidade e competência. A entrega do quesito completo, e dentro do que é permitido em número de páginas, é

ainda uma demonstração do empenho e profissionalismo do licitante, que emprega consideráveis horas de profissionais especializados e recursos financeiros para oferecer resultados competitivos, em um quesito que valia nada menos do que 10 pontos.

Por fim, cabe pontuar, com todo o respeito à concorrência, que a análise de notícias é um dos pré-requisitos fundamentais do contrato licitado, e não demonstrar uma entrega coerente na licitação compromete a capacidade do licitante, até mesmo, de comprovar sua eficiência para fornecer o serviço contratado, fundamental para a gestão da imagem e da reputação da Secretaria à qual se presta o serviço, da SECOM PR e do Governo do Paraná, em geral. A lembrar, essas preocupações estão presentes no item 3.3.2.3, de forma correlata, quando o edital aborda a *“Relevância e pertinência dos itens apontados com a atuação do órgão: As questões apontadas e as soluções sugeridas pela licitante devem retratar valores a serem preservados ou males a serem evitados, de grande importância para o órgão licitante, tendo em vista as suas características institucionais”*.

Além disso, a Análise de Mídia completa, cobrindo 91 dias de publicações na imprensa, não foi solicitada como um anexo opcional. **E se a CDN foi desclassificada por não o entregar, não há sentido em poupar da desclassificação as empresas que entregaram, apenas, percentuais tão pífios da análise exigida.**

C. Da necessidade de revisão da nota técnica conferida à Partners.

Independentemente dos aspectos abordados, que impõem a desclassificação das licitantes Pridea, CDI e Approach, existem aspectos das notas técnicas conferidas em que a Partners se permite, respeitosamente, contestar a avaliação recebida e solicitar revisão e majoração de sua pontuação.

Não refutaremos a prerrogativa da Subcomissão Técnica de julgar, de acordo com seus critérios. **Mas o julgamento deve ser motivado, ausente de subjetividades e se sustentar em critérios claros e em provas embasadas pela qualidade real da entrega, o que, no caso, não parece ter acontecido.** As avaliações praticamente repetidas dos três jurados, com todo o respeito, parecem seguir um padrão unificado, e em determinados

momentos fogem tanto do que é colocado na proposta técnica da Partners que causam espanto, sugerindo uma leitura apressada e equivocada. Assim, ressaltaremos a seguir alguns pontos que consideramos indevidos e que merecem o pedido de revisão. Vamos a eles:

- **Quesito "Raciocínio Básico"**. Confessamos que nos causou consternação as críticas recebidas neste quesito, que nos pareceram excessivas e sem sustentação. Ao contrário do que é afirmado, a proposta da Partners apresenta sólida lógica e clareza na exposição das soluções para os desafios da segurança pública no Paraná. A argumentação vai muito além de abordagens genéricas e se apoia em um profundo entendimento da problemática, como se pode observar nos seguintes trechos:

"Trata-se de um paradigma aceito entre os estudiosos da temática que é papel do Estado equilibrar as ações punitivas e de repressão com outras, que abram espaço à participação da sociedade, apostando na prevenção e na integração empática com a sociedade civil como soluções que devem se somar às medidas policiais".

"Nesse modelo, as relações com a comunidade se pautam em uma nova dinâmica de reciprocidade e corresponsabilidade, unindo todos os atores envolvidos em um acordo tácito, de atuação norteadas por valores democráticos. São ações positivas de parceria com diversos segmentos da sociedade, ímpares para o desenvolvimento de uma segurança pública preventiva que associe, ao seu escopo, um viés educativo, de promoção da igualdade e de justiça social".

Além disso, a proposta não se limita a elencar benefícios genéricos à reputação estadual, mas estabelece uma clara relação de causa e efeito entre os problemas identificados e as soluções propostas. O texto demonstra um entendimento aprofundado da problemática da segurança pública no Paraná e apresenta análises claras e consistentes:

As ações da Polícia Cidadã, se bem-sucedidas, também podem ter um impacto positivo direto em um "gargalo" difícil de superar: os problemas de imagem e reputação das forças policiais, recorrentemente questionadas em sua legitimidade e acusadas de envolvimento com criminosos e com episódios de violência injustificada.

Nos próximos anos, certamente o Paraná precisará manter seus investimentos maciços para garantir o vigor renovado no enfrentamento diário de problemas de criminalidade crônicos. Não se pode ignorar, por exemplo, que estamos falando de um estado que acumula 2.458 km de fronteiras marítimas e terrestres com outros três estados do Brasil e com a Argentina e o Paraguai, tornando-o uma rota estratégica para o crime organizado internacional que opera no Cone Sul.

Entendendo que o combate à criminalidade precisa se basear no investimento maciço em aparelhamento e qualificação das forças de segurança pública, gestão integrada e inteligência policial, o estado alcançou o posto de 7º mais seguro do país...

O alto índice de aproveitamento dos recursos recebidos por meio do FNSP é um indicador importante, já que o acesso aos valores disponibilizados depende de um plano de ação detalhado previamente aprovado pelo MJSP...

A conclusão em relação à SECOM não expõe falhas na compreensão organizacional, mas sim demonstra a importância de uma assessoria de comunicação integrada e estratégica, em colaboração com a SECOM, para garantir a efetividade da comunicação. A relação entre os problemas e as propostas não é superficial, como afirma o jurado. A proposta vai além de abordar benefícios gerais para a reputação do estado e detalha como a assessoria de imprensa contribuirá de forma incisiva, como se pode observar nos seguintes trechos:

Caberá à assessoria de comunicação institucional contratada adotar uma conduta consciente, com senioridade, baseada em dados sólidos, respeitando a sensibilidade da temática, que exige tratamento diferenciado do fato e da notícia, para favorecer a percepção positiva da atuação do Governo do Estado do Paraná nesse campo, demonstrando aquilo que, muitas vezes, escapa à compreensão da população.

É importante ter em mente que o avanço dos índices positivos tende a ampliar a visibilidade da atual administração nesta temática, mas, de forma aparentemente contraditória, também pode aumentar seu risco de exposição e a permeabilidade a crises de comunicação, imagem e reputação. Fundamental, portanto, que a Secom Paraná possa contar com uma assessoria de comunicação preparada para responder a esse cenário, em uma perspectiva integrada, estratégica e ágil, com proatividade e precisão.

A proposta também define os resultados esperados de forma clara e mensurável. E a relação entre os problemas e as propostas não carece de consistência, como também é afirmado. A proposta apresenta soluções específicas para os problemas identificados, como se pode observar nos seguintes trechos:

Ainda há um longo caminho a trilhar e é preciso reconhecer que as ações da Polícia Cidadã, se bem sucedidas, também podem ter um impacto positivo direto em um “gargalo” difícil de superar: os problemas de imagem e reputação das forças policiais...

Nos próximos anos, certamente o Paraná precisará manter seus investimentos maciços para garantir o vigor renovado no enfrentamento diário de problemas de criminalidade crônicos. Não se pode ignorar, por exemplo, que estamos falando de um estado que acumula 2.458 km de fronteiras marítimas e terrestres...

A crítica de que a proposta carece de profundidade e clareza na análise é genérica, e, também, não se sustenta. Mesmo que estejamos falando de uma proposta técnica extremamente sucinta, como estabelecia o edital, o texto apresentado pela Partners apresenta informações relevantes sobre segurança pública no Paraná e sobre a utilização de recursos públicos nessa direção de forma aprofundada e revelando pesquisa pertinente, como se pode observar:

Outro ponto de destaque é o terceiro lugar, atrás apenas de São Paulo e do Rio Grande do Sul, entre as unidades da Federação que mais empenharam recursos do Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), com execução de 71% do valor recebido em 2021 e 2022...

Melhorando a capacidade de gestão e a aplicação dos recursos, ano a ano, o Paraná recebeu R\$174,5 milhões entre 2019 e 2023, em valores repassados fundo a fundo, e tem a perspectiva de receber mais R\$42 milhões em 2024.

Dentre os avanços mais atuais, merece destaque a recente implementação da Escola de Inteligência do Paraná, lançada em setembro como parte do Plano de Governo 2023-2026, com o objetivo de oferecer formação especializada e capacitação contínua dos agentes de segurança pública...

- **Quesito Oportunidade de Mídia Positiva – Oportunidade 3.** A nota técnica da Partners foi rebaixada nesse quesito (notas 7, 8 e 6, de um máximo de 9), sob a argumentação de que “faltou sensibilidade estratégia ao se referir à violência policial como oportunidade de mídia positiva”. Trata-se, certamente, de um equívoco de interpretação propiciado pela rápida leitura, porque de forma alguma a Partners afirmou que a violência policial é uma oportunidade de mídia positiva para o Governo, **mas sim o efetivo combate a ela, que vem sendo concretizado, e que é uma das maiores prioridades da atual Administração.** Esse posicionamento já é visível, até mesmo, no título dado à oportunidade, como se pode ver no trecho a seguir, retirado da proposta técnica apresentada pela ora recorrente. Desta maneira, a penalização não é cabível e respeitosa-mente solicitamos que a pontuação retirada seja devolvida:

Oportunidade 3 – Veicular as ações concretas do Governo do Estado no combate à violência policial e ao envolvimento de agentes de segurança pública com ações criminosas

Avaliamos que os Riscos de Imagem 2 e 3, apresentados no item anterior, podem ser transformados em uma oportunidade de geração de mídia positiva, à medida que sejam gerados press releases, ações de relacionamento com jornalistas da grande imprensa, e

forem realizadas entrevistas e coletivas com autoridades do governo do Paraná **que maximizem a visibilidade das providências concretas já em curso, em prol do saneamento destes males.** (grifos nossos)

- **Pontos retirados no Quesito 2 – Análise de Mídia.** A Subcomissão Técnica retira 3 dos 10 pontos possíveis da Partners, conferindo-lhe nota 7, sob a única argumentação de que: *“A proposta é lógica e consistente, com itens relevantes, mas perde objetividade ao incluir introduções gerais e análises mensais”* e afirmando que *“um enfoque mais direto nas soluções reforçaria sua efetividade e alinhamento ao objetivo principal”*.

Fica uma dúvida pertinente: se a proposta é *“lógica e consistente”*, a penalização de 3 pontos não seria excessiva? Além disso, respeitosamente pedimos a revisão dos pontos retirados porque, ao inserir introduções gerais e análises mensais em sua Análise de Mídia feita dia a dia, como exigido no edital, a Partners, na verdade, não excedeu as 100 páginas permitidas e **ofereceu cenários mais aprofundados e análises mais consubstanciadas, em um overview do tom da mídia a cada mês: algo que é um diferencial e um apoio ao processo decisório do gestor do contrato.**

Lembramos que estávamos falando de um universo de mais de 5 mil matérias em diversos veículos, e simplesmente analisar uma a uma, isoladamente, sem uma contextualização geral, poderia não ser prático ou apoiar a transformação da informação em dados ou material para a tomada de decisão. Além disso, entendemos que o *“enfoque nas soluções”*, que é cobrado à ora recorrente, está explicitado em seu Plano de Ação.

Além disso, a Partners cumpriu inteiramente o quesito, e não se podem retirar 3 pontos de 10 daquela que ofereceu *“algo a mais”* – e dentro do que era solicitado – e dar nota máxima a quem, sequer, entregou o quesito completo, como infelizmente ocorreu. Por tudo isso, consideramos a penalização excessiva e pedimos a sua reforma, com majoração da nota conferida.

III. REQUERIMENTOS.

Por todo o exposto, a **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.** requer o acolhimento do recurso ora interposto para **desclassificar as propostas das licitantes PRIDEA COMUNICAÇÃO LTDA., CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA. E APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA,** pela evidente inserção de elementos de identificação da proposta pela **Pridea** e pela falta de entrega obrigatória do Quesito 2 - Análise de Mídia, pela mesma **Pridea** e, também, pela **CDI** e pela **Approach**.

Requer, também, a **revisão da nota técnica da Partners,** aumentando-a substancialmente, de modo a assegurar a isonomia e o julgamento objetivo.

Caso não ocorra a mencionada retratação, requer que seja encaminhado o processo à autoridade competente para que seja dado provimento ao presente recurso.

Pede deferimento,

Belo Horizonte/MG, 30 de janeiro de 2025.

**EDUARDO
PAOLIELLO
NICOLAU:
02930841656**

Digitally signed by EDUARDO PAOLIELLO
NICOLAU:02930841656
DN: C=BR, O=(ICP-Brasil,
OU=31171733000112, OU=Secretaria da
Receita Federal do Brasil - RFB, OU=RFB
e-CPF A3, OU=(EM BRANCO),
OU=presencial, CN=EDUARDO
PAOLIELLO NICOLAU:02930841656
Reason: I am approving this document
Location: your signing location here
Date: 2025.01.30 16:59:23-03'00'
Foxit PDF Reader Version: 11.1.0

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.



ePROTOCOLO



Documento: **SECOMSESPRRECURSOPARTNERS30.01.25.pdf**.

Assinatura Qualificada Externa realizada por: **Eduardo Paoliello Nicolau** em 30/01/2025 16:59.

Assinatura Simples realizada por: **Dino Bastos Sávio (XXX.410.936-XX)** em 30/01/2025 17:33 Local: CIDADAO.

Inserido ao protocolo **23.421.462-4** por: **Dino Bastos Sávio** em: 30/01/2025 17:33.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:
27802c191cd9cc61a7194bbb1f5abdfc.