

ILUSTRÍSSIMA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA FUNDAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS (FINATEC)

REF: EDITAL DE SELEÇÃO PÚBLICA NÚMERO 037/2019

A Comunica Serviços de Comunicação e Produção de Textos Ltda (“Recorrente”), já qualificada no procedimento administrativo em referência, vem, por meio do seu representante legal, à presença desta D. Comissão de Licitação, com fundamento no art. 109, I, “b” e parágrafo 2º, da Lei 8.666/93 e do Edital dessa seleção pública, interpor

RECURSO

Contra a decisão da sessão pública, realizada no dia 4 de dezembro de 2019, que teve como objetivo a contratação de serviços de Pessoa Jurídica para execução de atividades de comunicação institucional relacionadas ao projeto “Recuperação e Proteção dos Serviços Relacionados ao Clima e à Biodiversidade no Corredor Sudeste da Mata Atlântica do Brasil – PROJETO CONEXÃO MATA ATLÂNTICA”, detalhada na ata de abertura da referida sessão.

1. DA TEMPESTIVIDADE

Primeiramente, importa mencionar que o presente recurso atende ao requisito da tempestividade, visto que a publicação da ata da Seleção Pública 037/2019 foi no dia 5/12/2019. Atendendo ao disposto no artigo 109 da Lei 8.666/93, o prazo final para interposição de recurso se encerra às 17h do dia 10 de dezembro de 2019, conforme informação disponível em

http://www.finatec.org.br/editais_finatec/files/licitacoes/2019/atas_e_outros/edital_selecao_037_2019_abertura_prazo_recurisal.pdf

2. DA BREVE SÍNTESE DOS FATOS

A Finatec tornou pública a realização de seleção na modalidade de concorrência do tipo Técnica e Preço, cujo objeto consta como contratação de serviços de Pessoa Jurídica para execução de atividades de comunicação institucional relacionadas ao Projeto “Recuperação de Serviços de Clima e Biodiversidade no Corredor Sudeste da Mata Atlântica Brasileira” GEF - Conexão Mata Atlântica.

Nesse cenário, no dia 4 de dezembro de 2019, dando início aos trabalhos de abertura de entrega dos documentos de habilitação e das propostas técnicas e de preço, a sessão foi aberta com um breve relato dando conhecimento aos participantes das regras de credenciamento. Também foi informado que a documentação das empresas Lana Comunicação e Ex-Libris foram recebidas pelos Correios ou protocoladas na sede da Finatec e que o edital da seleção pública 037/2019 havia recebido ampla publicidade. Na ocasião da abertura da sessão foi constatada a presença das seguintes empresas e seus representantes:

Empresa	Representante
UP Ideias Serviços Especializados e Comunicação	Natália Oliveira Farias
Wavez Promoção e Comunicação Digital Ltda	Pedro Vinícius Zanini
Lana Comunicação	Simone Rodrigues Pinto
Partners Comunicação Integrada Ltda	Luana Araújo Rocha
Comunica Serviços de Comunicação e Produção de Texto	Vivaldo Reinaldo de Sousa
Ex-Libris S/S	José Maciel de Melo

Decorrido o prazo de credenciamento, a comissão solicitou a entrega dos envelopes da proposta técnica (1), de preços (2) e de habilitação (3), confirmando que todos foram entregues devidamente lacrados. Em seguida foi iniciada a abertura dos envelopes da proposta técnica, interrompida para almoço às 12h e reaberta às 13h12, das propostas de preço e do envelope com os documentos de habilitação. Ao final da sessão, conforme consta na ata, foram atribuídas as seguintes pontuações:

Empresa	Valor ofertado	Índice de Preço	Índice Técnico	Pontuação Final Total
Ex-Libris S/S	R\$ 218.000,00	27,54	170	197,54
Partners	R\$ 323.376,83	18,56	170	188,56
Wavez	R\$ 390.000,00	15,39	170	185,39
Comunica	R\$ 273.400,00	21,96	150	171,96
Lana Comunicação	R\$ 391.000,00	15,35	150	165,35
UP Ideias	R\$ 200.140,00	30	125	155

Feita essa explanação inicial, a Recorrente apresenta argumentos objetivos que comprovam a inevitabilidade de uma justa reavaliação da decisão em relação aos pontos atribuídos à Comunica Serviços de Comunicação e Produção de Texto na pontuação da capacidade técnica.

3. PRELIMINARMENTE

Preliminarmente, cabe lembrar o edital em relação aos serviços demandados na seleção pública 037/2019:

Especificações (item 4 do termo de referência)

- 4.1 Conceber e executar o plano de comunicação do projeto “Recuperação de Serviços de Clima e Biodiversidade no Corredor Sudeste da Mata Atlântica Brasileira” GEF – Conexão Mata Atlântica;
- 4.2 Trabalhar para dar visibilidade, junto a veículos de comunicação, às ações do projeto;
- 4.3 Estruturar um trabalho de comunicação que atenda todas as demandas da imprensa, formadores de opinião e demais públicos-alvo do projeto;
- 4.4 Harmonizar todo material de comunicação/divulgação do Projeto GEF - Conexão Mata Atlântica, **de acordo com logo do projeto e seu manual de uso**;
- 4.5 Definir, em conjunto com os organizadores, a linha editorial que será usada em todos os serviços da Comunicação Social;
- 4.6 Manter as redes sociais atualizadas de acordo com a estratégia determinada para a comunicação do projeto;
- 4.7 Garantir a revisão periódica do Portal do Projeto, atualização de conteúdo, **edição de imagens e diagramação de textos**;
- 4.8 Produzir e veicular notícias e instrumentos de comunicação no Portal do Projeto;
- 4.9 Apoiar a comunicação com os parceiros do Projeto;
- 4.10 Estabelecer contatos frequentes com parceiros do projeto para edição de notícias a serem publicadas no Portal do Projeto;
- 4.11 Apoiar a organização, suporte e divulgação de eventos organizados pela UCP/MCTIC;
- 4.12 Produzir materiais destinados à divulgação externa e captação de recursos (**tais como folders, portfólio**, material para eventos, relatórios semestrais, vídeos e materiais promocionais em geral);
- 4.13 Criar conteúdo para diferentes mídias: impressa, digital e audiovisual (produção e divulgação de releases, manutenção de mailing de imprensa);
- 4.14 Redigir textos com linguagem facilitada (adequar conteúdo técnico em redação de ampla difusão);
- 4.15 Apoiar na produção e apresentações institucionais e de projetos (power point);
- 4.16 Estruturar e manter o banco de imagens e vídeos do Projeto;
- 4.17 Realizar produção, roteirização e edição audiovisual para divulgação do projeto, podendo ser vídeos com mais de dois minutos e/ou podcasts para postagens em redes sociais e releases eletrônicos;

4.18 Apresentar os produtos na forma de pacotes de comunicação com até 5 (cinco) peças por entrega, pactuados a partir de plano de comunicação, que serão gerados e disseminados a cada ciclo de 15 dias (18 pacotes de comunicação ao todo).

4.19 Apresentar pacotes quinzenais para aprovação da UCP/MCTIC que reúna peças de divulgação para meios digitais, web e impresso, incluindo conteúdo, revisão, edição, diagramação, criação de pdf, fechamento de arquivos, jornalismo de dados e infografia dos dados de cada componente;

4.20 Elaborar propostas e orçamento para contratação de empresas gráficas;

4.21 Elaborar proposta e orçamento para contratação de empresa especializada em captação de áudio e vídeo para produções acima de dois minutos;

4.22 Fornecer os arquivos em meio magnético que deverão ser entregues em "PDF" e no seu formato original, permitindo a sua edição futura. Além dos itens especificados as peças gráficas criadas a partir de ilustrações originais deverão ser entregues como propriedade do Projeto, em dois formatos: não-editável, para serem arquivados como o produto final do serviço prestado e editável (formato original), para que possam ser utilizados futuramente pela CONTRATANTE sem obrigação de citação de fonte.

Ainda de acordo com o edital, a contratada deverá realizar as seguintes atividades e entregar os produtos abaixo:

PRODUTO 1: Elaboração de Plano de Comunicação: O Plano de comunicação para 24 meses deverá ser oriundo de reuniões ou workshops do projeto para identificação das necessidades e definição de estratégias que envolvam conteúdo de comunicação diferenciado e deve ter como foco a produção e entrega de serviços de comunicação de forma regular e abrangente. Deve incorporar os resultados das atividades dos 3 (três) componentes que integram o projeto, mas que comuniquem essas atividades dentro de um escopo maior do Projeto GEF – _Conexão Mata Atlântica.

A apresentação do Plano de Comunicação e da proposta metodológica conterà no mínimo:

a) Descrição detalhada das atividades planejadas para comunicação do projeto; cronograma físico-financeiro de atividades; previsão de entregas de peças quinzenais e reuniões de avaliação em Brasília (mínimo 4);

b) **Atualização da identidade visual** baseada na marca do projeto já existente e em linguagem semelhante à família de cores e objetos já utilizados no Conexão Mata Atlântica;

c) **Proposta de harmonização visual** de produtos de mídia produzidos pelos diferentes componentes;

d) Proposta de execução quinzenal de plano de mídia para atualização e animação do Portal e redes sociais do projeto;

e) Proposta de interação, colaboração e divulgação das informações entre os principais parceiros estratégicos do projeto e seus setores de comunicação, para fins de melhoria da comunicação entre os executores;

- f) Proposta de gestão de mídias sociais (fanpage do Facebook do projeto, criação de canal no youtube e de perfil instagram) que inclui planejamento de campanhas com **cards**, vídeos, **audiocards**, textos, imagens, fotos, chamadas, notícias, stream, **banners**, entre outros, com duas frequências mensais de publicação;
- g) Documento com análise dos acessos ao portal e tempo de permanência em cada menu, por meio da ferramenta Analytcs, bem como acessos as redes sociais, por meio de ferramenta comprada pela contratada, relacionando resultados a ações de comunicação executadas, com relatório infográfico estatístico mensal;
- h) Proposta de cartões de visita, calendários de parede e adesivos com a identidade visual do Projeto;**
- i) Proposta visual e editorial para manuais, tutoriais, folders, cartilhas, apresentações em Power Point e outros materiais que sejam usados nas atividades de capacitação e divulgação do projeto, em versões digitais (para utilização em plataformas colaborativas como Issuu), bem como impressas, com frequência bimestral;**
- j) Proposta de produção de matérias exclusivas, releases, textos institucionais, artigos, reportagens, boletins ou conteúdos relevantes para divulgação, com frequência mensal;
- k) Proposta de entrevistas quinzenais com membros, organizadores e participantes do projeto;
- l) Relatório de clipping mensal das matérias e publicações sobre o projeto com infográfico elaborado a partir do clipping;
- m) Proposta de levantamento de pauta e descrição de como será estabelecido relacionamento junto a veículos de imprensa (em suas diversas áreas de atuação) para a divulgação das atividades e resultados do projeto (por exemplo por meio da elaboração e divulgação de conteúdo, visitas periódicas, contatos telefônicos e mediação de entrevistas);
- n) Proposta de elaboração de conteúdo de todos os releases, notas e pautas para imprensa;
- o) Proposta de realização de media training com porta-vozes;
- p) Proposta de elaboração e envio de notas de esclarecimentos e respostas, em casos de crise;
- q) Descrição de como será realizado o registro das principais ações de divulgação externa;**
- r) Descrição de como será realizado o acompanhamento gráfico.**

OBS: Serão realizadas pelo menos 4 (quatro) reuniões técnicas presenciais no MCTIC em Brasília/DF e os custos devem ser de responsabilidade da CONTRATADA.

PRODUTO 02: 2 (dois) pacotes quinzenais de serviços de comunicação contendo cada pacote 5 (cinco) itens pactuados no plano de comunicação (Produto 1) que reúna proposta dividida em: 1 news interno para executores do projeto nos estados, 1 produto de divulgação audiovisual, **1 card para redes sociais** (com impulsionamento), **1 banner** para redes sociais (com impulsionamento), 1 press-kit composto por: 1 folder A4 com duas

2 cards para redes sociais (com impulsionamento), 2 banners para redes sociais (com impulsionamento).

PRODUTO 08: 2 (dois) pacotes quinzenais de serviços de comunicação, contendo cada pacote 5 (cinco) itens pactuados no plano de comunicação (Produto 1), que reúna proposta dividida em: 1 informativo digital para parceiros/executores nos estados, 2 notícias veiculadas em sites eletrônicos, 1 entrevista com atores/membros do projeto, 1 produto audiovisual para divulgação do projeto, 1 card para redes sociais (com impulsionamento), 1 banner para redes sociais (com impulsionamento), 1 cartilha de até 20 páginas para divulgação, 1 cobertura de evento do Projeto com produção de matéria.

PRODUTO 09: 2 (dois) pacotes quinzenais de serviços de comunicação, contendo cada pacote 5 (cinco) itens pactuados no plano de comunicação (Produto 1), que reúna proposta dividida em: 1 informativo digital para parceiros/executores nos estados, 2 notícias veiculadas em sites eletrônicos, 1 entrevista com atores/membros do projeto, 1 produto audiovisual para divulgação do projeto, 1 card para redes sociais (com impulsionamento), 1 banner para redes sociais (com impulsionamento), 1 kit de serviços gráficos (cartões de visita, ou calendário de parede, ou adesivos, ou banners).

PRODUTO 10: 2 (dois) pacotes quinzenais de serviços de comunicação, contendo cada pacote 5 (cinco) itens pactuados no plano de comunicação (Produto 1), que reúna proposta dividida em: 1 informativo digital para parceiros/executores nos estados, 1 notícia veiculada em sites eletrônicos, 2 entrevistas com atores/membros do projeto, 2 produtos audiovisual para divulgação do projeto, 1 matéria de destaque do trimestre, 2 cards para redes sociais (com impulsionamento), 2 banners para redes sociais (com impulsionamento).

PRODUTO 11: Relatório final com apresentação de resultados e o avanço do projeto em onze meses que inclua a estratégia de gestão, acompanhamento da execução e avaliação do plano de comunicação por mais 12 meses, após o término do contrato.

Obs: Os serviços de impressão de materiais, produção de press kit, fotografia profissional e produção de audiovisuais com mais de 2 minutos será coordenado pela contratada, sendo seus fornecedores contratados posteriormente pela UCP/MCTIC, conforme demanda definida no Plano de Comunicação (Produto 1).

O edital define ainda dois perfis de profissionais para a execução dos trabalhos e para a pontuação da proposta técnica, cujos soma da pontuação dos dois profissionais poderia somar até 120 ponto:

Profissional 1- Designer Gráfico:

- a) 20 (vinte) pontos ao comprovar ter diploma na área de Comunicação Social (podendo ser publicidade, relações pública ou jornalismo);
- b) 10 (dez) pontos por diploma de curso técnico ou especialização em Design Gráfico ou Editorial (o referido item será pontuado apenas uma vez);
- c) 5 (cinco) pontos por ano de experiência em: i) projetos de design em média e alta complexidade, ou ii) editorial, ou iii) ilustração ou iv) fotografia, até o limite de 30 (trinta) pontos.

Profissional 2 - Comunicação Social:

- a) 20 (vinte) pontos ao comprovar ter diploma na área de Comunicação Social (podendo ser publicidade, relações públicas ou jornalismo);
- b) 10 (dez) pontos por diploma de curso técnico ou especialização em temas ambientais ou de desenvolvimento sustentável (o referido item será pontuado apenas uma vez);
- c) 5 (cinco) pontos por ano de experiência em: i) Comunicação com governos, ou ii) Comunicação com organismos internacionais, ou iii) Produção de textos jornalísticos ou iv)

Assessoria de imprensa, até o limite de 30 (trinta) pontos.

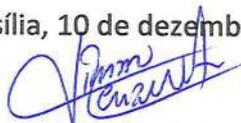
4. DO PEDIDO

Podemos presumir, com base no edital e nos serviços destacados em amarelo, que o profissional mais adequado para as atribuições do Designer Gráfico é aquele com formação na área, como aqueles como título (**diploma de nível superior - graduação**) em Desenho Industrial ou área correlata. Mas o edital atribui, de maneira equivocada, os 20 pontos apenas aqueles que comprovarem ter diploma na área de Comunicação Social, podendo ser publicidade, relações públicas ou jornalismo. No entanto, nenhuma dessas três habilitações prepara o profissional para atuar como designer gráfico, embora algumas das atividades, como a produção de cards ou diagramação, possam ser executadas também por profissionais com diploma na área de Comunicação Social.

Como pode ser comprovado pela documentação apresentada pela Comunica Serviços de Comunicação e Produção de Texto, o profissional indicado para o perfil 1 (designer gráfico), André Luís César Ramos, doutor na área de Artes e mestre na área de Literatura, é bacharel em Desenho Industrial _todos os títulos pela Universidade de Brasília (UnB). E além disso, possui grande experiência na área de design, conforme os documentos apresentados. Diante do exposto, solicitamos que a pontuação dada a André Luís César Ramos seja de 20 pontos (item a do perfil) e não de 10 pontos (**item b do perfil**), uma vez que o profissional possui formação de nível acadêmico com **bacharelado, mestrado e doutorado na área** e não apenas nível técnico, fazendo jus à pontuação máxima no referido quesito.

Termos em que pede e espera o deferimento,

Brasília, 10 de dezembro de 2019.



Vivaldo Reinaldo de Sousa
CPF 047.840.058-62
RG: 14.205.841