

significa a expressão “a consistência das mensagens em relação às estratégias está muito abrangente”.

Para tentar trazer luz à discussão, recorre-se à definição dos dicionários da palavra consistência:

Consistência - Característica de um corpo do ponto de vista da homogeneidade, coerência, firmeza, compacidade, resistência, densidade etc. dos seus elementos constituintes (Dicionário Online)

Estado daquilo que é consistente. Firmeza. Estabilidade (Dicionário Aurélio)

Como pode um texto que o próprio julgador avalia como abrangentemente consistente ser menos meritório? Dizer que as mensagens-chave propostas pelo GRUPO INFORME têm uma “consistência abrangente” é o mesmo que dizer que elas têm coerência, densidade dos seus elementos constituintes, firmeza e estabilidade. Por que, então, despontuar o GRUPO INFORME? Qual seria o motivo plausível para isso?

A menos que o douto julgador consiga encontrar melhor maneira de descrever as falhas que, em sua avaliação, foram de fato cometidas pelo GRUPO INFORME, ora Recorrente, é imperativo que a nota deste subquesto seja revista e majorada para seu valor máximo, posto que não há como dizer que têm menos valor mensagens-chave caracterizadas por abrangente consistência em relação à estratégia proposta.

3) Julgador Marcus Gimenez

O julgador Marcus Gimenez comete a mesma falha que seu colega João Prado, quando diz, à guisa de justificar a retirada de 3 pontos do GRUPO INFORME, que na Estratégia de Comunicação, a licitante “poderia ter trabalhado melhor o texto a respeito da consistência lógica das estratégias”.



Infelizmente, percebe a Recorrente que os senhores julgadores esqueceram-se de algo extremamente importante, em se tratando de julgamentos de processos licitatórios: nesses casos, os textos de justificativas das avaliações devem, obrigatoriamente, apontar as falhas de forma objetiva. Expressões como “*poderia ter trabalhado melhor*” são inaceitavelmente evasivas, não deixando à licitante qualquer margem de defesa e argumentação.

Sendo assim, pergunta-se: O que faltou no texto apresentado pelo Recorrente? Qual é a insatisfação do julgador? O que compromete o cumprimento do item tal qual determinou o edital?

Tendo em vista que o julgador não indicou o suposto erro, resta a parte Recorrente reforçar a necessidade de cumprimento expresso dos ditames do edital. No subitem **1.2 Consistência lógica das estratégias propostas em relação ao exposto no briefing**, o GRUPO INFORME (página 28) começa por apontar a base de sustentação da estratégia:

“...a informação verdadeira, os fatos comprováveis e a ação gerencial concreta do Governo de Minas serão a base e a única razão de ser dos processos de comunicação”

No parágrafo seguinte, explica de maneira lógica, como a estratégia pretende assegurar o sucesso da comunicação:

*“...Nossa linha de trabalho baseia-se não em retórica política, mas em **informar a sociedade sobre as entregas reais do Governo...** É verdade que, em um estado assolado por uma crise fiscal, não teremos à disposição um portfólio de obras grandiosas, de grandes projetos ou grandes investimentos. Porém, mesmo quando se trata de uma simples ação, como a entrega de uma ambulância a um pequeno município de quatro mil habitantes do Território Mucuri, por exemplo, **podemos conseguir bons resultados humanizando a informação.***

E apresenta, a seguir, as condicionantes para o sucesso da estratégia:



“Se formos capazes de aproximar a lente e mostrar benefícios na vida de personagens estrategicamente selecionados, se formos capazes de contar histórias reais, com as quais outros cidadãos possam se identificar, seremos capazes de emocionar as pessoas e convencer de que o Governo está fazendo o que pode e o que deve ser feito”.

Além disso, o texto também apresenta, de forma lógica, clara e objetiva, os conceitos teóricos que dão sustentação à estratégia proposta. Conceitos que estão - conforme o julgador reconhece, ao considerar a estratégia adequada - perfeitamente em linha com as necessidades de comunicação do Governo de Minas.

Assim, de forma alguma se justifica dizer que a estratégia falha por qualquer omissão, razão pela qual o GRUPO INFORME reivindica a majoração da nota concedida ao seu valor máximo, posto que o julgador não apresentou exemplos concretos de falhas que justifiquem tão alta penalização.

Subquesto 2 – Plano de Comunicação

1) Julgador Delano Lanis

Neste subquesto, sob o ponto de vista do julgador Delano Lanis, o plano de comunicação apresentado pelo GRUPO INFORME é bom, **“No entanto, faltou explicar melhor a adequação do cronograma de execução das ações”.**

Esse comentário sugere que, talvez, o julgador não tenha observado com atenção alguns trechos da proposta da Recorrente. Veja-se, por exemplo, o texto (página 39) no qual são descritas as três etapas do Plano de Comunicação:

Sendo assim, nosso Plano de Comunicação se divide em três etapas:

- ✓ *Etapa 1 – Terá duração de um mês e se destina à implantação de ações de mapeamento, pesquisa e diagnóstico.*
- ✓ *Etapa 2 – Terá duração de dois meses e se destina à execução das ações de comunicação planejadas. Antes disso, haverá um mês para preparar os materiais de suporte à ação.*
- ✓ *Etapa 3 – Terá duração de dois meses – tão logo se iniciem as ações de distribuição de informações – e se destina ao monitoramento e controle de resultado das ações de comunicação.*



Cada uma dessas ofensivas de informação cumpre um rito pré-determinado, que começa com um evento de lançamento envolvendo o governador, e se espalha depois, por meio de estratégias dirigidas a cada um dos públicos estratégicos.

Além disso, cumprindo o edital de forma expressa, o GRUPO INFORME apresenta o cronograma de desenvolvimento das ações sugeridas. E como acontece, em se tratando de cronogramas, não há o que se possa explicar ou detalhar. Todas as ações estão listadas, assim como os períodos de tempo no qual serão desenvolvidas. O que mais se poderia querer?

Desta forma, fica sem lastro e sem justificativa plausível a ressalva do douto julgador, razão pela qual o GRUPO INFORME solicita a majoração, aos valores máximos, da nota concedida por ele nesse subquestito.

2) Julgador João Padro

3) Julgador Marcus Gimenez

Ainda no que se refere a este subquestito, os outros dois julgadores parecem ter confundido a objetividade e assertividade de um texto com falta de detalhamento. Veja-se o que ambos dizem sobre os instrumentos sugeridos pelo GRUPO INFORME para gestão de crises:

Julgador João Padro - "A adequação e consistência dos planos de contingência em situações de crise foram satisfatórias, porém pouco especificadas".

Julgador Marcus Gimenez - "Faltou detalhar melhor a adequação e consistência do plano de contingência em situações de crise."

Infelizmente, o quadro se repete: mais uma vez, os julgadores não apontam, de forma objetiva, o que ficou faltando especificar ou detalhar. No texto apresentado na página



44, toda a mecânica de funcionamento do Gabinete de Gestão de Crise está detalhada. O GRUPO INFORME descreve qual será a sua composição, seu escopo de atuação, os mecanismos que serão utilizados para permitir o trânsito ágil de informações.

A Recorrente também destaca em sua proposta (página 44) que ao longo da fase de execução da estratégia serão utilizados instrumentos com a finalidade de gerir crises. Presta, enfim, todos os esclarecimentos necessários ao cumprimento deste subquesto.

“Além do uso de hashtags, teremos uma equipe dedicada de monitoramento digital, além de outra equipe responsável pelo acompanhamento do clipping de notícias (mídia impressa e TV). Ao menor sinal de ruído o gabinete de crise será acionado. Assim que forem tomadas as medidas de contenção, a Rede de Mobilizadores Sociais será acionada para capilarizar, com velocidade, as informações de combate. Os meios digitais também serão utilizados nessa tarefa, porque permitem acionar os nossos influenciadores digitais previamente mapeados com grande agilidade.”

Além disso, no item **Sobre os instrumentos de acompanhamento e controle da execução das ações propostas e sistemática de avaliação de resultados**, o GRUPO INFORME descreve (página 47) todos os instrumentos de acompanhamento e controle sugeridos na estratégia, destacando, inclusive que eles também serão utilizados em caso de crise identificada:

“No caso de se identificar um núcleo potencial de crise ou de se configurar uma crise declarada, todas as ferramentas de monitoramento produzirão relatórios diários”.

Cabe salientar também que o douto julgador Marcus Gimenez usou justificativas iguais para despontuar as concorrentes Máquina e GRUPO INFORME, mas com pontuações diferenciadas. Apontou falhas relativas a dois itens diferentes: no caso da Máquina, numa clara referência ao item **Adequação da sistemática de avaliação de resultados proposta**, afirmou que “Faltou na proposta maior detalhamento sobre o sistema de avaliação de resultados”; no caso do GRUPO INFORME, numa clara referência ao item **Adequação e consistência do plano de contingência em situação de crise**, afirmou

que “Faltou detalhar melhor a adequação e consistência do plano de contingência em situações de crise”.

No entanto, a nota concedida à Máquina foi 9. E a nota concedida ao Recorrente GRUPO INFORME foi 8.

O que justifica essa diferença de pontos, se a suposta falha seria exatamente a mesma, em ambos os casos – “faltou maior detalhamento”; “faltou detalhar melhor”?

Como demonstrado, não se justificam as avaliações tais quais foram apresentadas pelos doutos julgadores, razão pela qual o GRUPO INFORME, ora Recorrente, reivindica a revisão das notas por ambos concedidas nesse subquesto, e sua majoração ao valor máximo, posto que não há erros que justifiquem a penalização da Recorrente.

Subquesto 3 – Vinculação das ações de comunicação propostas pela licitante

- 1) Julgador Delano Laine**
- 2) Julgador João Padro**
- 3) Julgador Marcus Gimenez**

Neste subquesto, as avaliações feitas pelos três doutos julgadores foram extremamente semelhantes:

Delano Laine – “faltou especificar a correlação de cada ação proposta com as diretrizes e políticas específicas”.

João Padro – “a correlação de cada ação proposta está muito abrangente pouco específica”.



Marcus Gimenez – “não compreende na totalidade o seu papel na formulação das diretrizes estratégicas de comunicação”.

O GRUPO INFORME discorda destas avaliações e aponta argumentos comprobatórios de que foi plenamente cumprida a exigência do edital com relação a este subquesto.

A proposta da Recorrente (páginas 49 e 50) deixa bem claro que o plano abrange a totalidade de políticas necessárias, mas enfatiza como ele será aplicado em casos específicos (como entrega de ambulâncias e saúde da família). A correlação fica bem explícita quando afirma-se que a entrega de ambulâncias, por exemplo, será trabalhada no âmbito da implantação das Redes de Urgência e Emergência em Minas Gerais.

O mesmo vale para o programa Saúde da Família, cujas ações de comunicação serão atreladas aos investimentos nas políticas de Atendimento à Saúde Básica. Como se pode constatar, a proposta do GRUPO INFORME faz, sim, a correlação de cada ação proposta com as diretrizes e políticas específicas.

Diante disso, a Recorrente solicita, à Subcomissão Técnica, que faça a revisão de sua nota até o patamar máximo neste subquesto, por ter demonstrado que o mesmo foi plenamente atendido.

QUESITO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Subquesto 5 – Experiências de Referência

1) Julgador Delano Laine



CNPJ Nº 26.428.219/0001-80

SAUS Quadra 4 Bloco A Salas 616 a 634 – Edifício Victoria Office Tower – CEP: 70070-938 – Brasília-DF

Fone: (61) 2107-9300

2) Julgador João Padro

3) Julgador Marcus Gimenez

Aqui a situação se repete: também neste caso, as avaliações feitas pelos três doutos julgadores foram extremamente semelhantes. Numa clara referência ao item **Soluções mencionadas acima que sejam passíveis de replicação pela contratante na solução do desafio de comunicação exposto no briefing e/ou na execução do contrato**, as avaliações foram as seguintes:

Delano Laine – “a empresa tem experiência, mas não detalhou sobre o que as suas soluções adotadas com clientes podem servir ao Governo de Minas Gerais”.

João Padro – “faltou mencionar soluções que podem ser replicadas no desafio proposto no briefing”.

Marcus Gimenez – “carece de melhores exemplos de soluções que tenham a pertinência para as necessidades do contratante”.

O GRUPO INFORME destaca que as duas experiências relatadas envolvem **instituições públicas de alta relevância** - Ministério do Desenvolvimento Social e Governo do Maranhão -, que apresentam grandes semelhanças e paralelos com os desafios e necessidades do Governo de Minas Gerais.

O mesmo, no entanto, não se viu em algumas outras propostas, onde licitantes concorrentes apresentaram soluções para iniciativa privada, que tem dinâmica diferenciada do serviço público. O GRUPO INFORME, por sua vez, demonstrou ações passíveis de serem aplicadas em outras instituições públicas.



As ações de comunicação integrada - englobando assessoria de imprensa, comunicação digital e relações públicas - podem ser perfeitamente aplicadas ao Governo de Minas Gerais. E estão em extrema consonância com os desafios exigidos no briefing deste edital.

A seguir, estão listadas algumas dessas iniciativas, inclusive uma delas trata do Governo do Maranhão, com as mesmas características de um governo de estado como o de Minas Gerais, a outra do Ministério do Desenvolvimento Social, que abriga o principal programa social do Governo Federal.

1) Governo do Maranhão

- . Criação de uma agência, uma central de conteúdo que se encarrega de produzir textos, fotos, áudios, vídeos e outros materiais visuais para todos os canais de comunicação do governo.
- . Instituir uma nova relação com as mídias do estado e as de âmbito nacional.
- . Inserção do atendimento de rotina à imprensa local, nacional, regional e internacional.
- . Agendamento de entrevistas e repasse de informações –
- . Trabalho junto às pequenas emissoras de rádio do interior e às rádios e TVs comunitárias.
- . Para o interior do estado, a assessoria de imprensa passou a realizar trabalho de mobilização com veículos de comunicação, por meio de chamadas telefônicas, WhatsApp e e-mail.
- . Ampliar atuação nas redes sociais
- . Monitoramento e gestão de crise, com criação do Comitê Permanente de Crise.

2) Ministério do Desenvolvimento Social

- . Ação efetiva junto à imprensa nacional e regional, para explicar as novas ações e disseminar argumentos.
- . Ampliação dos contatos com os jornalistas e a produção de conteúdo a ser distribuído aos veículos de comunicação.
- . Produção de conteúdos para boletins eletrônicos (newsletter e rádio) e portal
- . Organização de visitas às redações de TVs e jornais
- . Agendamento de entrevistas de estúdio em TVs,
- . Produção e distribuição de artigos em jornais nacionais e regionais.
- . Realização de entrevistas coletivas em Brasília e nos estados.
- . Realização de entrevistas exclusivas nas principais rádios dos estados.
- . Organização de eventos em várias partes do Brasil.
- . Investimento em conteúdo específico para os canais Facebook, Twitter e YouTube, e ainda criou perfil no Instagram.
- . Criação de um aplicativo gratuito para dispositivos móveis, com perguntas e respostas
- . Análise e monitoramento diário da mídia, tanto da imprensa como das redes sociais

Diante do exposto acima, questionamos: por que essas ações elencadas não seriam pertinentes ao Governo de Minas Gerais? Por que não serviriam ao governo estadual? Por que não seriam adequadas ao desafio do briefing?

Ressalva: as iniciativas que ora citamos são semelhantes às apresentadas pelas licitantes Máquina e CDN. Ambas, no entanto, obtiveram nota máxima neste subquesto, ao contrário do que ocorreu com a Recorrente.

É inquestionável que o GRUPO INFORME apresentou, em sua proposta, soluções que são, sim, passíveis de replicação. Desta forma, solicita que sua nota seja revista, de forma atingir o valor máximo neste subquesto no que diz respeito aos três doutos julgadores.

III.3 – Do equívoco da Subcomissão Técnica quando do julgamento das propostas das demais licitantes.

Além dos equívocos demonstrados quando do julgamento da proposta apresentada pelo GRUPO INFORME, as avaliações das propostas apresentadas pelas demais licitantes também merecem ser revistas.

Conforme será a seguir demonstrado, a falta de vinculação explícita entre o julgar e o pontuar resultou em um processo de subjetividade na avaliação das propostas. No intuito de contribuir para um certame mais justo quanto possível, serão apresentadas abaixo alguns equívocos e omissões no julgamento das propostas concorrentes.



Da proposta apresentada pela MÁQUINA

QUESITO 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

Ao analisar o texto do Raciocínio Básico da concorrente Máquina, constata-se que a licitante não alcançou, em sua proposta, uma boa compreensão do briefing. Consequentemente, não conseguiu atender, de forma adequada, aos critérios de julgamento apresentados no edital. Nas próximas linhas, a Recorrente avaliará detalhadamente o texto da Máquina, chamando atenção desta Subcomissão Técnica para as inconsistências mais visíveis da proposta.

Inicia a Recorrente por fazer uma análise do Quesito 1 (Raciocínio Básico). Esta parte da proposta, que se estende da página 6 à 25, foi subdividida pela concorrente em seis tópicos, sendo que nenhum deles reflete claramente os desafios e objetivos expostos no briefing – ao contrário, o conteúdo denuncia equívocos de interpretação do mesmo.

O Raciocínio Básico na proposta da Máquina é subdividido nos seguintes tópicos, editados em caixa alta:

- INTRODUÇÃO (página 6)
- SITUAÇÃO FINANCEIRA (página 7)
- FÓRUNS REGIONAIS (página 12)
- ANÁLISE DA EXPOSIÇÃO NA MÍDIA (página 17)
- ANÁLISE DA EXPOSIÇÃO NO UNIVERSO DIGITAL (página 22)
- CONCLUSÕES DO RACIOCÍNIO BÁSICO (página 24)

Apenas por esta edição já é possível notar o quão distante a empresa ficou de uma compreensão adequada do briefing. O tema Saúde, que compõe o desafio, é tratado



de forma escandalosamente superficial, como será demonstrado mais detalhadamente nas próximas páginas.

Mas além de se utilizar de um texto abstrato e impreciso para confundir seus avaliadores, a Máquina desrespeita o edital ao não fornecer informações que permitam à Subcomissão Técnica julgar sua proposta de acordo com os cinco critérios definidos pela contratante. A empresa, sempre tentando maquiar a ausência de informações, não organiza a apresentação seguindo os critérios de julgamento de cada quesito solicitado pelo edital, como é padrão nas propostas de licitação.

Então, veja-se o que diz o edital:

Item 5 – PROPOSTA TÉCNICA

5.5 – A avaliação será realizada por meio da análise da proposta Técnica e da documentação apresentada, de modo a permitir que seja verificado o atendimento às condições, especificações e quesitos de pontuação contidos no item 6.

Item 6 – AVALIAÇÃO DOS QUESITOS TÉCNICOS

6.1. A Avaliação dos quesitos técnicos será realizada por meio da análise da Proposta Técnica e da documentação apresentada.

6.2. A proposta técnica deverá estar constituída por 03 (três) quesitos – Raciocínio Básico, Solução de Comunicação e Capacidade de Atendimento – com seus respectivos subquesitos.

Para o julgamento do Raciocínio, os cinco critérios estabelecidos no edital são:

- a) Compreensão da situação e do contexto expostos no Briefing;
- b) Entendimento sobre os objetivos de comunicação expostos no Briefing;
- c) Entendimento sobre o desafio de comunicação exposto no Briefing;
- d) Compreensão sobre a conexão dos objetivos de comunicação com o público de interesse expostos no Briefing;
- e) Capacidade de estabelecer relação entre o descrito na situação base e o desafio de comunicação exposto no Briefing.

A Máquina não só não descreveu de forma literal esses critérios, como esquivou-se de atendê-los em seu conteúdo. Essa falha da proposta constata-se na leitura minuciosa,



que relataremos a seguir, sempre com base nos cinco critérios de julgamento definidos no edital.

a) *Compreensão da situação e do contexto expostos no briefing*

A Máquina tentou minimizar sua limitação na apuração de dados e na compreensão do contexto exposto no briefing recorrendo a subterfúgios como comentários críticos à comunicação governamental – na maioria das vezes sem respaldo técnico – e análises de mídia e de exposição no universo digital, não previstas no edital.

No caso da análise da exposição no universo digital, a opção pelo “menor esforço” é gritante, pois a empresa tem acesso a essas informações, por já ser uma das fornecedoras do governo estadual (vide a descrição de clientes na página 84).

Também se nota que o texto elaborado pela licitante ignora completamente os fatores que levaram o Governo de Minas Gerais à atual crise financeira. Qual a origem do problema? A empresa não explica, não informa. O documento não faz nenhuma menção à herança deixada pelos governos que antecederam a atual gestão. Esse equívoco é relevante e não pode ser menosprezado. Saber a causa dos problemas é fundamental para definir as ações estratégicas de comunicação. Neste caso, a licitante demonstra ignorar a origem do problema e a necessidade deste conhecimento na busca de soluções eficientes de comunicação. A falha é grave, principalmente se tratando de um estado de extrema importância no cenário nacional.

A licitante pecou, ainda, ao elaborar o Raciocínio Básico sem levar em conta, prioritariamente, relatórios oficiais. A maioria das fontes de informações é composta pela própria imprensa, o que fragiliza o diagnóstico, tendo em vista que os veículos de comunicação às vezes podem trazer dados errados, confusos ou mal interpretados em relação ao que de fato ocorre na política pública. Em uma comparação informal, seria



como avaliar as ações do Governo Lula ou a política de comunicação de seu governo por meio da cobertura que a grande imprensa dedicava ao Executivo Federal à época, entre os anos de 2003 e 2010.

Essa fragilidade exposta acima pode ser observada em diversas partes do Raciocínio Básico:

- 1) Na página 2, ao abordar a retomada de obras do governo estadual, a Máquina relata que não encontrou nenhuma ação de comunicação sobre o assunto. O fato de não ter se encontrado, na mídia, informações sobre isso não significa que nada foi feito. Assim, fazer qualquer julgamento sobre uma ação sem conhecê-la e taxar de "oportunidade perdida" é grave. É necessário conhecer os processos e suas dificuldades a partir de dados concretos e não a partir de suposições.

Na análise feita pela Máquina Conn & Wolfe não foi encontrada nenhuma ação de comunicação sobre a definição das obras estratégicas, a evolução da retomada daquelas paralisadas, o estágio em que se encontram as que estão em andamento, quais foram concluídas e quais estão previstas para serem recomeçadas. Em uma administração que enfrenta dificuldades de caixa para investimentos, a agência considera vital a comunicação sobre a retomada de obras paradas. Não fazê-lo pode representar uma oportunidade perdida ou até mesmo o risco de ser responsabilizado por projetos inacabados das gestões anteriores.

- 2) Na página 6, a empresa critica a comunicação governamental sem apresentar justificativa técnica. A concorrente define que *"falta clareza na comunicação de como o governo está lidando com a crise"*.

como o atendimento à saúde. Porém, isso não está acontecendo porque falta clareza na comunicação de como o governo está lidando com a crise; a respeito da negociação da dívida e sobre a extrema falta de recursos, representando um importante desafio de comunicação.



3) Na página 16, a empresa repete a postura de criticar subjetivamente a comunicação do governo, desta vez sobre o SAMU. A concorrente cita sua análise, mas não apresenta elementos que a sustentem.

Apesar da alta relevância do tema, o projeto de levar o SAMU para 100% dos municípios mineiros não recebeu, segundo análise da Máquina Cohn & Wolfe, um programa de comunicação que o destacasse devidamente. A meta de chegar a todas as cidades do estado só aparece com clareza em discursos do governador.

4) Na página 20, a licitante chega a afirmar que *"percebe-se que não houve uma comunicação totalmente eficaz"*. Percebe-se? Onde está a concretude desta análise? Como a empresa aferiu que não foram disponibilizados dados e informações unificadas e explicação didática? Isto pode ter sido feito, mas mesmo assim, por diversos fatores, a imprensa não teve interesse no assunto. O equívoco da Máquina é fazer a relação *"causa/efeito"* sem conhecer a *"causa"*.

No saldo final sobre o assunto, conforme já discutido anteriormente neste quesito, percebe-se que não houve uma comunicação totalmente eficaz, com dados e informações unificadas e explicação didática, para demonstrar a real situação das finanças públicas mineiras e as soluções apresentadas pelo governo. Uma estratégia assertiva nesse sentido certamente pode impulsionar uma exposição cada vez mais positiva do governo.

5) Ainda na página 20, também de forma subjetiva, a empresa afirma que *"não parece haver uma estratégia de assessoria de imprensa para posicionar os fóruns no noticiário de Minas Gerais e do país"*.

se manifesta nas publicações da imprensa, a qual também não parece ter sido vista na análise da licitante. Não parece haver uma estratégia de assessoria de imprensa para posicionar os fóruns no noticiário de Minas Gerais e do país.

6) Na página 22, a licitante conclui *"que, depois de veiculado nos canais oficiais,...o assunto deixa de ter relevância para os jornalistas"*. Mas a empresa não informa quais elementos utilizou para chegar a essa conclusão. O lançamento de um programa não

ter sido divulgado pela imprensa não significa necessariamente que a forma de utilizar o canal esteja equivocada. É como culpar o termômetro pela febre. E se o canal oficial tivesse divulgado, por exemplo, que cada estudante da rede estadual de ensino passaria a receber uma bolsa de R\$100? Será que a imprensa ignoraria este assunto pelo fato de ter sido divulgado antes em um canal oficial? Ou seja, a Máquina comete mais um equívoco ao tirar conclusões genéricas a partir de situações específicas. É algo que pode valer para um assunto, mas não para todos.

os veículos. A questão é que, depois de veiculado nos canais oficiais, que ainda costumam ter pouca audiência, o assunto deixa de ter relevância para os jornalistas. Exemplo disso foi o lançamento do projeto "Educação" que não aparece na versão online de nenhum dos três principais jornais de Minas Gerais, mas está na agência de notícias do governo.

b) Entendimento sobre os objetivos de comunicação expostos no briefing

No item 3 do briefing, relativo ao Objetivo de Comunicação, diz o edital:

- A comunicação governamental eficiente precisa ser permanente e ampla, tanto do ponto de vista dos meios para difundi-la quanto da quantificação e qualificação do público alvo.
- Por isso, é importante que sejam propostas ações de atuação dos agentes estaduais e apontados caminhos que façam com que o diálogo seja um instrumento constante com a população de todo o estado.

No entanto, a empresa não conseguiu atender adequadamente a estes critérios por se mostrar confusa e abstrata em relação aos desafios de comunicação e à definição dos públicos-alvo. A falta de foco da concorrente para atender ao exigido no edital comprometeu todo o raciocínio de sua proposta.

É possível notar, logo na "Introdução" de seu Raciocínio Básico, que a Máquina se perde em seus objetivos, passando a priorizar em sua exposição uma análise de mídia, obviamente para aproveitar os dados que já tinha do governo, como sua fornecedora. Não por caso, essas análises compõem dois dos seis capítulos deste quesito (um



terço), como demonstrado acima. Se excluirmos a "Introdução" e a "Conclusão", as análises alcançam 50% do Raciocínio Básico da Máquina.

INTRODUÇÃO

Ao analisar o contexto exposto no *briefing*, ou seja, a conjuntura política e econômica do **Governo do Estado de Minas Gerais**, a **Máquina Cohn & Wolfe** considerou essencial compreender como a atual administração é retratada pelos veículos de imprensa nacionais e regionais e qual é a percepção da população mineira no universo digital sobre a atuação do órgão diante do desafio de governar em meio à mais grave crise financeira que o atingiu. Em resumo, a agência buscou entender como está a comunicação do governo mineiro a respeito de seus esforços para gerir a crise, promover o desenvolvimento e prover os serviços essenciais à população, em especial na área da saúde. Mais do que isso, o objetivo foi entender como essa comunicação é percebida pelos públicos-alvo.

Na sequência do texto, a Máquina defende como prioridades de sua estratégia as divulgações da crise financeira e os dos fóruns de desenvolvimento, deixando de lado a questão da saúde. Este posicionamento pode ser lido na página 7, que traz:

Nas próximas páginas, a **Máquina Cohn & Wolfe** discutirá o contexto atual do **Governo do Estado de Minas Gerais** e demonstrará, a partir de suas análises, como são prementes uma reformulação do plano de comunicação de sua principal plataforma de gestão, os **Fóruns Regionais**, e a elaboração de uma divulgação transparente e unificada sobre a superação da crise econômica que atinge o estado.

Vale ressaltar, ainda, a estranheza que causa a opção da concorrente por priorizar a comunicação da crise econômica faltando poucos meses para a conclusão da gestão. A crise que atinge a situação financeira de Minas Gerais é uma realidade com a qual população e governo já convivem e enfrentam há meses. A própria Máquina reconhece em seu texto que o governo vem conseguindo reverter a imagem negativa.

O fato é que, aos poucos, parte da imprensa passou a reportar de maneira positiva o tema da situação financeira do estado, em particular por conta das alternativas de obtenção de receita que o governo estadual foi apresentando ao longo do período. Exemplo disso é a questão da Lei Kandir – foram 33 reportagens positivas em um universo de 38 – mostrando o potencial de reversão de um cenário inicialmente desfavorável.



c) Entendimento sobre o desafio de comunicação exposto no briefing

Como dito, o erro da concorrente no entendimento do desafio exposto no briefing compromete toda a linha de raciocínio da empresa e, de tão grave e básico, mereceria sua desclassificação do certame. O edital é claríssimo ao propor os seguintes desafios de comunicação:

- 1) *Qualificar o diálogo e alinhar objetivos do Governo de Minas Gerais com os agentes públicos municipais, tais como prefeitos e servidores da saúde;*
- 2) *Transmitir à população, com a maior eficiência possível, em um estado com rica diversidade regional, as prioridades governamentais na área de Saúde.*

No entanto, fugindo da questão central colocada pelo contratante, a concorrente fez uma interpretação singular do briefing e desrespeitou o edital ao optar por focar o Raciocínio Básico e a Solução de Comunicação na divulgação da crise financeira e dos Fóruns Regionais. Evidentemente, não se ignora a importância e a inovação dos fóruns para a gestão do Governo – o GRUPO INFORME também trata do tema e de forma mais concreta –, nem tampouco o contexto da crise, mas há de se concordar que nenhum dos dois assuntos compõem o desafio desta licitação.

Como já afirmado, a questão Saúde não mereceu atenção devida da concorrente. A abordagem do tema foi restrita a quatro parágrafos superficiais (página 16) dentro do capítulo dedicado aos Fóruns Regionais (que abrangeu da página 12 à página 17), além de algumas poucas linhas nas análises de mídia e exposição digital. No primeiro parágrafo da página 12, numa das vezes em que copia o trecho do edital, a empresa reconhece que Saúde é o tema do desafio, sem, no entanto, colocar em prática esta constatação.

O pouco espaço dedicado ao tema poderia até não expressar erro de interpretação da Máquina, se o conteúdo, mesmo que restrito, fosse determinante para o embasamento da proposta. No entanto, não é isso que se verifica quando nos



detemos sobre o trecho a seguir de sua proposta. Ao tratar do SAMU, por exemplo, na página 16, a empresa apenas copia dados e até trechos de matérias publicadas na Agência Minas.

Ao comparar a matéria da Agência Minas com o texto da proposta da concorrente (logo abaixo), percebe-se a semelhança. Seguem alguns trechos:

<http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/fernando-pimentel-inaugura-rede-do-samu-em-divinopolis>

Com o início das atividades do Samu Oeste, e considerando os doze Samus municipais e os cinco Samus Regionais, 540 dos 853 municípios mineiros passam a ter acesso ao serviço, o equivalente a 63,30% de cobertura, atendendo cerca de 15,1 milhões dos 20,7 milhões habitantes do Estado perfazendo assim 72,4 % de cobertura populacional. O Samu 192 Regional está implantado e em pleno funcionamento em cinco regiões ampliadas de saúde - Norte, Nordeste/Jequitinhonha, Centro Sul, Sudeste e Sul.

Desde o início do mandato, foram entregues 550 ambulâncias de um total de mais de 1.500 veículos¹¹, em ações definidas pelos Fóruns Regionais. Em 2017, o SAMU passou a atender 540 dos 853 municípios, o que equivale a 63,3% do território mineiro e 15 milhões de habitantes, 72% da população. O SAMU 192 está em funcionamento nas cinco regiões ampliadas de saúde: Norte, Nordeste-Jequitinhonha, Centro-Sul, Sudeste e Sul.

A empresa tenta justificar a dispersão de seu raciocínio com um amontoado de alegações, que, no entanto, apenas reforçam seu distanciamento do edital e dos critérios de julgamento do Quesito 1, atirando para todos os lados, como se vê nas alegações aqui reproduzidas:

Na página 6, no 1º. Parágrafo, a concorrente expressa sua busca e seu objetivo, fugindo do foco do desafio exposto:

- ✓ (...) "a agência buscou entender como está a comunicação do governo mineiro"(...);
- ✓ (...) o objetivo (da agência) foi entender como essa comunicação é percebida pelos públicos-alvo";

Ainda na página 6, no 2º parágrafo, a concorrente expressa novamente sua dispersão no desafio:

- ✓ (...) falta clareza na comunicação de como o governo está lidando com a crise, a respeito da negociação da dívida e sobre a extrema falta de recursos, representando um importante desafio de comunicação (...);

Mais adiante, a Máquina apresenta suas prioridades na proposta. Nota-se que não se refere especificamente à Saúde:

- ✓ (...) a agência considera vital a comunicação sobre a retomada de obras paradas – página 12, 3º parágrafo,
- ✓ (...) uma primeira preocupação pertinente seria a de concentrar todas as iniciativas (em relação aos fóruns regionais) sob um único conceito/projeto/marca, sem que cada um tenha um nome próprio, pelo menos no que se refere à comunicação. – página 15, 5º parágrafo;
- ✓ (...) no entendimento da agência, é preciso comunicar com mais clareza quais são os perfis, as demandas, as metas pactuadas, as entregas já executadas e o status daquelas (obras) que estão em andamento em cada um dos 17 Fóruns Regionais - página 15, último parágrafo.

d) Compreensão sobre a conexão dos objetivos de comunicação com os públicos de interesse expostos no briefing

A licitante também descumpre o edital ao deixar este item completamente fora da sua proposta. A empresa não abordou a “compreensão sobre a conexão dos objetivos de comunicação com o público de interesse exposto no briefing”. E o mais grave é que o item ignorado – ou seja, o público de interesse – não é nem mesmo mencionado em nenhuma parte do texto do Raciocínio Básico. Como a Máquina não apresentou informações correspondente às normas do edital, a Subcomissão Técnica ficou impossibilitada de pontuar o Quesito 1 em sua avaliação, o que deve ser corrigido, a fim de se tenha um julgamento justo.

O edital faz lei entre o órgão licitante e as empresas concorrentes. Todos têm que respeitar o que for estabelecido no instrumento convocatório. Assim dita o princípio da legalidade. Ora, se a regra estabelecida no edital faz lei entre as partes, com a devida vênia, esta Subcomissão deve levar em conta a falta de informações correspondentes a cada um dos itens utilizados como critério de avaliação, como os objetivos de comunicação e a relação entre o descrito na situação base e o desafio



exposto, que são fundamentais para o julgamento de uma proposta adequada à exigência deste certame.

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

Nota-se que o não cumprimento do item "c" do Quesito 1 também impossibilitou a empresa de responder ao item "e" (demonstrar a relação entre o contexto apresentado e o desafio exigido no edital).

A própria Subcomissão chegou a questionar a desvinculação entre a situação base e o desafio, como expresso no seguinte comentário:

"Faltou estabelecer melhor a relação entre a situação base e o desafio proposto no Briefing."

No entanto, o erro, mesmo grave, não sofreu punição, situação para a qual o GRUPO INFORME pede revisão da nota da concorrente. A empresa, mesmo errando o entendimento do desafio e recebendo crítica dos integrantes da Subcomissão por este fato, teve sua proposta considerada adequada no Quesito1.

Além de não atender aos critérios de julgamento, ao longo do seu Raciocínio, a Máquina utiliza constantemente o "método copia e cola", sem realizar uma análise concreta da iniciativa, tratando-a apenas de maneira descritiva. A licitante demonstra desconhecer a possibilidade de interpretar uma informação, com as devidas referências, algo cada vez mais exigido dos textos noticiosos para facilitar a compreensão do leitor.

Além de usar este exercício de reprodução com fontes de informação, a empresa por diversas vezes repete o texto do próprio edital em sua proposta, refletindo, mais uma vez, sua dificuldade de entendimento do mesmo.

A seguir alguns exemplos:

✓ Página 6 da proposta da Máquina (cópia do edital)

A Máquina Cohn & Wolfe identifica ainda a ausência de um plano global e eficaz para a comunicação do principal projeto da atual gestão, os Fóruns Regionais. Trata-se de uma nova forma de administrar Minas Gerais, ouvindo as pessoas e colocando o governo bem mais próximo das diferentes realidades do estado. "Em um cenário de extrema escassez de recursos, o governo redefiniu as prioridades de tal forma a atender as demandas consideradas essenciais pelos mineiros e pelas mineiras", esclarece o edital da presente concorrência. O documento cita ainda que "o governo conseguiu fazer entregas que melhoraram de maneira significativa a vida de pessoas que moram longe dos grandes centros". No entanto, o estado

✓ Página 10 da proposta da Máquina (cópia do edital)

Fernando Pimentel, O próprio edital da presente concorrência diz que, "como consequência imediata desta decisão, Minas Gerais passaria de devedor a credor do governo federal, equacionando definitivamente a situação fiscal do estado".

✓ Página 12 da proposta da Máquina (cópia do edital)

O próprio edital observa que "os prefeitos são cobrados diretamente pela população por falhas nos serviços públicos em suas cidades". Portanto, essa comunicação com os prefeitos

✓ Página 16 da proposta da Máquina (cópia do edital)

Iniciativas na saúde

Conforme citado no edital,

"Mesmo com poucos recursos em caixa, o governo conseguiu fazer entregas que melhoraram de maneira significativa a vida de pessoas que moram longe dos grandes centros, do que o tratamento de pacientes em casos de emergência é um exemplo."

✓ Página 21 da proposta da Máquina (cópia do edital)



CNPJ Nº 26.428.219/0001-80

SAUS Quadra 4, Bloco A Salas 616 à 634 – Edifício Victória Office Tower – CEP: 70070-938 – Brasília-DF

Fone: (61) 2107-9300