

**ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO  
MINISTÉRIO DA SAÚDE – SECRETARIA EXECUTIVA – SUBSECRETARIA DE  
ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS – COORDENAÇÃO GERAL DE MATERIAIS E  
PATRIMÔNIO**

**Ref. Concorrência n. 01/2018**

**Contratação de empresa prestadora de serviços de planejamento, desenvolvimento e  
execução de soluções de comunicação digital**

**ORO COMUNICAÇÃO EIRELI - ME**, já qualificada no processo de licitação realizado pelo Ministério da Saúde, vem, respeitosamente, a V. Sa., no prazo legal, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO**, face ao julgamento da Proposta Técnica do Plano de Comunicação Digital, pelos motivos a seguir deduzidos.

**I – DA TEMPESTIVIDADE**

De início, verifica-se que o presente recurso preenche o requisito da tempestividade, já que o resultado do julgamento das propostas técnicas da presente licitação contendo a classificação dos licitantes foi publicada em 27/11/2018 (terça-feira), tendo o prazo iniciado na quarta-feira (28/11/2018). Dessa forma, o prazo de apresentação do presente recurso é 04/12/2018 (terça-feira).

**II – FATOS**

Atendendo à convocação do Ministério da Saúde para a presente licitação, a Recorrente, em observância às exigências do Edital de Licitação e à Lei 8.666/93, devidamente apresentou sua proposta tendo sido classificada no julgamento das propostas técnicas.

A ora Recorrente, inconformada com a nota que lhe fora atribuída pela Subcomissão Técnica no tocante ao Plano de Comunicação, interpõe o presente recurso administrativo, visando a reforma da decisão haja vista a existência de falhas no julgamento.

**III – RAZÕES DA REFORMA DA DECISÃO**

Inicialmente cabe ressaltar a importância dos princípios constitucionais da Administração Pública que norteiam o procedimento licitatório, quais sejam: os princípios da

legalidade, da igualdade, da impessoalidade, moralidade e publicidade. A não observância a qualquer desses princípios e/ou requisitos do certame importa em nulidade do ato praticado.

Outro princípio a ser observado no processo de licitação é o da vinculação ao instrumento convocatório previsto no art. 41, caput, da Lei nº 8.666/93 que dispõe que “*a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital ao qual se acha estritamente vinculada*”. Nesse sentido, é imprescindível que sejam observadas as normas e exigências estabelecidas no edital.

Este princípio é de relevância já que os critérios para indicar, na licitação de técnica e preço, qual a proposta mais vantajosa, deverão estar estabelecidos no edital, não podendo a administração selecionar a proposta com base em critérios obscuros ou subjetivos.

Segundo Lucas Rocha Furtado, Procurador-Geral do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União:

O instrumento convocatório é a lei do caso, aquela que irá regular a atuação tanto da administração pública quanto dos licitantes. Esse princípio é mencionado no art. 3º da Lei de Licitações, e enfatizado pelo art. 41 da mesma lei que dispõe que “*a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada*”. (Curso de Direito Administrativo, 2007, p.416)

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório está intimamente ligado ao princípio do julgamento objetivo:

Este princípio visa evitar que o licitante seja surpreendido com critérios subjetivos desconhecidos até o momento do julgamento. O princípio visa afastar a discricionariedade na escolha das propostas, obrigando os julgadores a aterem-se ao critério prefixado pela Administração, que reduz e delimita a margem da valoração subjetiva, sempre presente em qualquer julgamento. (BARROS; 2009, p. 94).

Diante disso, passamos a analisar os pontos equivocados do julgamento das propostas técnicas, que levam à alteração da classificação dos licitantes.

### **III.1 – DOS EQUÍVOCOS COMETIDOS NO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

Inicialmente, cabe ressaltar que as justificativas das avaliações das propostas técnicas não permitem que sejam identificados os possíveis erros cometidos pela Recorrente em seu Plano de Comunicação, pelo contrário, são justificativas amplas e

pouco objetivas, o que coloca em dúvida qual critério utilizado pela Subcomissão Técnica para o julgamento das propostas.

No quesito Raciocínio Básico, a Recorrente foi avaliada com nota 5, em um total de 10 pontos, sob a seguinte justificativa:

“Não avalia as características e especificidades do MS e seu papel no contexto no qual se insere. Bom diagnóstico das necessidades de comunicação digital do MS. Boa compreensão dos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Inconsistência em informações sobre a presença do MS no ambiente digital, demonstrando desconhecimento acerca da atuação do MS”.

Contudo, conforme se verifica abaixo, a Recorrente redigiu dois parágrafos em sua proposta que tratam exclusivamente das características e especificidades do Ministério da Saúde e seu papel no contexto no qual se insere:

Como órgão responsável pela organização e elaboração de planos e políticas públicas voltados para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros, o Ministério da Saúde promove campanhas nas mais diversas áreas, como conscientização sobre os riscos do consumo de álcool e fumo, estímulo ao consumo de alimentos saudáveis e prática de atividades físicas, prática de sexo seguro, vacinação e ações de combate ao mosquito transmissor da dengue, entre tantas outras. ✓

A natureza e a forma de atuação do Ministério da Saúde, a diversidade e amplitude de seus públicos de relacionamento e o tipo de serviços prestados fazem da comunicação digital de utilidade pública uma atividade essencial, utilizada de forma continuada e intensiva. Isso nos leva ao tema específico do desafio de comunicação proposto pelo briefing.

Já a primeira colocada, CDN....., tirou nota máxima no quesito sem sequer citar as características e especificidades do Ministério da Saúde em seu contexto, atendo-se apenas à temática da campanha, vejamos:

Das muitas atribuições e competências do Ministério da Saúde (doravante MS neste documento) descritas no Objeto do edital, algumas são mais próprias deste Desafio, que é a questão do HIV/AIDS: ações de **promoção, proteção e recuperação** da saúde individual e coletiva; e disseminação de informações e ação preventiva, bem como de insumos críticos para a saúde – preservativos, coquetel de medicamentos etc. Enfim: PUP – Propaganda de Utilidade Pública, para usar termo das normas de conformidade do governo. Mais preciso, aqui, seria dizer **comunicação** de utilidade pública, como faz o edital. Mas o que queremos ressaltar é: trata-se de um tipo de comunicação que exige um claro **chamamento à ação** (call to action).

Fica demonstrado, dessa forma, a falta de coerência nas notas e justificativas conferidas às licitantes, dando a entender que foi concedido privilégio à algumas licitantes

e penalizada a Recorrente que atendeu à todos os quesitos de avaliação do Edital de Licitação.

Quanto aos quesitos de Estratégia de Comunicação Digital e Solução de Comunicação Digital, mesmo diante da impossibilidade de contratação de influenciadores ou celebridades, as duas primeiras colocadas no certame apresentaram campanhas baseadas na contratação de artistas.

Cabe ressaltar, que a Recorrente não utilizou-se da contratação de pessoas públicas como peça fundamental da campanha. No entanto, foi penalizada na avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Digital sob a seguinte justificativa:

“Conquanto a estratégia seja centrada no uso massivo de influenciadores digitais e celebridades, isso é apenas uma possibilidade, visto que dependeria de adesão desses influenciadores”.

Em divergência, a primeira colocada, que tem sua campanha totalmente baseada no artista MC Fiel/Kondzilla, foi avaliada com nota máxima no mesmo quesito sob a seguinte justificativa:

“Estratégia abrangente, coerente e ambiciosa, elaborada em profundidade e com diversificação de ações. Estabeleceu uma relação harmoniosa entre o briefing e a proposta apresentada”.

Enquanto no quesito Solução de Comunicação Digital, justifica a Subcomissão técnica em extremo desacordo com o edital e incoerência com a justificativa dada à Recorrente:

“Peças bem elaboradas em unidade visual e informativas. Ações com originalidade e pertinência em relação à natureza do MS. Destaque para as propostas: MS Play, **MC Fiel** e Esquete Humor DR”.

Novamente demonstrado portanto, a falta de critério na avaliação das propostas técnicas, evidenciando o privilégio às primeiras colocadas no certame, que mesmo se utilizando de influenciadores/artistas (não passíveis de contratação de acordo com a Tabela de Produtos e Serviços Essenciais – Apêndice 1 do Edital), tiraram nota elevada em ambos os quesitos.

Ressalte-se que foram prestados esclarecimentos pela Comissão Especial de Licitação (3º e 19º questionamentos), informando que, para fins de avaliação, seriam considerados apenas os produtos e serviços presentes na tabela de produtos e serviços.

Ademais, como já dito anteriormente, é imprescindível que o edital de licitação seja observado no momento do julgamento das propostas, incluindo-se o briefing, que caracteriza-se como um dos Apêndices do Edital de Licitação.

O Briefing dispõe expressamente em seu item 4:

#### 4. PÚBLICO-ALVO

Prioritário:

- Homens e Mulheres;
- Faixa etária de 15 a 29 anos; - Classes C, D, E.

Secundário:

- Homens e Mulheres;
- Faixa etária acima de 29 anos; - Classes A, B, C, D, E
- Público influenciador: profissionais de saúde, profissionais de comunicação, profissionais de educação e gestores públicos.

Assim, solicita que a campanha seja voltada com prioridade aos públicos prioritários sem a exclusão dos demais públicos, afinal, o público secundário também deve ser instruído em uma campanha nacional que aborda tema tão amplo.

Contudo, sem qualquer observância ao público secundário, as duas primeiras colocadas baseiam suas campanhas em um único estilo musical, o funk, de forma a segmentar o público alvo prioritário e excluir o público alvo secundário.

O Ministério Saúde, sendo um órgão nacional e que solicitou no Briefing uma campanha de âmbito nacional, jamais poderia adotar uma campanha totalmente fundada em um estilo musical que não atinge todas as regiões do Brasil de forma relevante (de forma a não atender a todo o público alvo prioritário) e excludente dos públicos secundários.

Ora, todo o procedimento licitatório deve ser pautado nas regras determinadas pelo Edital de Licitação de forma a garantir a lisura do procedimento. Não pode a comissão de licitação criar critérios de avaliação a fim de beneficiar uma das licitantes, tal fato, além de desrespeitar o princípio do julgamento objetivo, também configura crime de fraude à licitação (art. 90 e art. 93 da Lei 8.666/1993).

Como já dito, o princípio da vinculação ao edital tem extrema importância já que por ele, evita-se a alteração de critérios de julgamento, além de dar a certeza aos interessados do que pretende a Administração. E se evita, finalmente, que algum licitante tenha vantagem sobre outro, preservando o princípio da isonomia entre as partes. Os princípios regentes dos procedimentos licitatórios devem obrigatoriamente ser observados sob pena de nulidade do procedimento.

#### **IV – DO PEDIDO**

Diante do exposto, resta demonstrado que o julgamento da Subcomissão Técnica não observou o Edital de Licitação, faltando com critério na avaliação de quesitos, privilegiando algumas concorrentes. Assim, requer que seja realizada a revisão da avaliação das propostas técnicas, a fim de considerar as exigências do Edital de Licitação, conferindo nota máxima à Recorrente no quesito Raciocínio Básico corrigindo-se, por fim, a classificação final das licitantes.

É o que se requer.

Nova Lima, 03 de dezembro de 2018.

  
**ORO COMUNICAÇÃO EIRELI – ME**  
**Anderson de França Campos**