



Ministério da Saúde
Assessoria Especial de Comunicação Social

NOTA TÉCNICA Nº 66/2022-ASCOM/MS

1. **ASSUNTO**

Trata-se de pedido de IMPUGNAÇÃO, apresentado pela [REDAZIDA], relacionado ao Edital nº 66/2022, Concorrência nº 01/2022, tipo melhor técnica, referente a contratação de de 2 (duas) empresas prestadoras de serviços de comunicação digital para o Ministério da Saúde.

Conferido o prazo de até 03 (três) dias úteis antes da data designada para a abertura da sessão pública, é certo que a presente impugnação é tempestiva, haja vista que a abertura do certame fora agendada para o próximo dia 03/10/2022.

2. **DAS RAZÕES E DOS PEDIDOS DA IMPUGNANTE**

Em suma, a contestação em tela fundamenta-se em ampliar a competitividade do certame em busca do melhor resultado para entidade, bem como que seja excluída qualquer sobreposição de objeto aos contratos em andamento (90/2021 e 41/2022).

Por fim, a [REDAZIDA] requer:

Ora, percebe-se claramente que as exigências acima descritas acima ensejam, primeiramente, uma melhor explicação por parte do Ministério, com a consequente alteração do presente instrumento convocatório.

Conclui-se, então, que deve o presente certame priorizar a finalidade pela qual foi criado, ou seja, ampliar a competitividade em busca do melhor resultado para a entidade e buscar aquilo que, de fato, lhe é mais vantajoso, sempre priorizando a eficiência e economicidade da Administração.

Aduzidas as razões que balizaram a presente manifestação, esta empresa, requer, com supedâneo nas legislações vigentes que lhe serviram de esteio, o recebimento, análise e admissão desta peça, para que o Edital assim seja retificado e que seja excluída qualquer sobreposição de objeto aos Contratos em andamento no Ministério (90/2021 e 41/2022), bem como seja detalhadamente definida (e justificada) a tomada de decisão pela 'melhor técnica' em detrimento da 'técnica e preço'.

Caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos legais que embasaram a decisão da autoridade competente.

Termos em que pede e espera deferimento.

3. **DA ANÁLISE TÉCNICA DAS ALEGAÇÕES**

3.1. No pedido de impugnação apresentado, a [REDAZIDA], sobre o planejamento e sobreposição de objetos, alega que:

2.1 – Planejamento. Sobreposição de objetos.

Primeiramente, urge-se destacar que não é intuito desta empresa impedir ou simplesmente atrapalhar o normal trâmite do certame em tela, nem mesmo trazer dúvidas acerca da competência do trabalho exercida por este respeitoso Ministério e por sua Comissão de Licitação ou questionar sem fundamentos suas decisões.

Manifesta-se o respeito pelo trabalho de toda a Comissão envolvida no presente processo, mas não se pode impedir que as divergências quanto ao entendimento de determinadas atividades previstas na execução deste Contrato de Comunicação Digital sejam trazidas à tona.

Como já dito anteriormente, busca-se tão somente o respeito aos princípios basilares que regem nossa Administração Pública, e que são expressamente previstos em nossa Carta Magna de 1988 e no art. 3º da Lei de Licitações – nº 8.666/93, assim como que a necessidade da contratação por parte da Assessoria de Comunicação do Ministério da Saúde, a qual se sabe que é de extrema urgência e importância, seja suprida da melhor maneira possível.

Em outras palavras, é corolário das contratações públicas que deve o certame priorizar a finalidade pela qual foi criado, ou seja, ampliar a competitividade em busca do melhor resultado para a Administração e buscar aquilo que, de fato, lhe é mais vantajoso e que suas contratações prezem sempre pela eficiência e transparência.

Dada a complexidade notória do objeto do certame e principalmente pela óbvia essencialidade aos objetivos da Assessoria de Comunicação, preliminarmente, é forçoso admitir que é papel da Administração Pública se precaver de possíveis licitantes “aventureiros” e buscar uma competição onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona com a esperada qualidade. A execução do referido Contrato é, sem sombra de dúvidas, de suma importância para a continuidade das atividades deste Ministério, e daí o elevado grau de exigência quanto ao planejamento da demanda que virá futuramente ser entregue.

Ao mesmo tempo, este planejamento não pode ser confundido de forma alguma como um obstáculo a princípios básicos da Administração Pública.

Explica-se. No tocante à descrição técnica do serviço que deve ser entregue pela licitante, como exige Edital e Termo de Referência para efetivação da contratação, há de ser ressaltado, de antemão, que a presente contratação deveria superar uma série de etapas até a elaboração do instrumento convocatório em tela. Até que este resultado tivesse sido alcançado, era necessário um planejamento para que se demonstrasse, ao menos, que a contratação agrega valor ao órgão e que qualquer risco tenha sido gerenciado a fim de que a contratação esteja alinhada com o planejamento do órgão.

Conforme se depreende, há um “dever administrativo de planejamento sério e satisfatório acerca da futura contratação” (Marçal Justen Filho. *Pregão – Comentários*. 5 ed. 2009, p.96).

Sem rodeios, o planejamento é sem sombra de dúvida um fator determinante para o sucesso de qualquer contratação, e dessa forma, deve ser realizado de forma detalhada a fim de que a solução escolhida pela Administração seja a mais adequada possível diante da sua demanda específica.

O administrador, como agente público, representa não apenas o órgão ao qual está vinculado, mas em especial toda sociedade. Por isso mesmo, deve pautar-se, na condução de um procedimento de contratação, pelos princípios da isonomia e da ampla competição, dentro outros tantos previstos no ordenamento pátrio.

Pois bem.

No presente certame, após realizados os estudos e planejamentos já aqui explicitados, caberia à área técnica competente deste órgão a elaboração do Termo de Referência, onde deveriam ser avaliadas todas as possíveis demandas (e consequentemente soluções) para que, fundamentadamente, fossem indicadas quais seriam as atividades requeridas.

E neste processo de escolha, inevitavelmente, a partir da tomada de decisão emanada por meio da descrição publicada no Edital, sobrepujaram-se atividades já executadas em Contrato Administrativo em vigência no próprio Ministério, senão vejamos:

COMPARATIVO PRODUTOS SIMILARES PREGÃO CONTRATOS 90/2021 - 41/2022 X EDITAL CONCORRÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL 41/2022		
PRODUTO	DESCRIPTIVO PRODUTOS CONTRATOS 90/2021 E 41/2022	DESCRIPTIVO PRODUTOS EDITAL 41/2022 - COMUNICAÇÃO DIGITAL
TEXTOS	Apturação, elaboração, edição, revisão e adequação de texto em língua portuguesa Alta complexidade: texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações de fontes diversas indicadas pelo MS e apturação em banco de dados. Exemplo: briefing para porta-vozes em coletivas e eventos, artigos, mapa de temas sensíveis na esfera nacional e regional. Média: texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo MS. Exemplo: releases, matérias e textos informativos. Baixa: texto original, com conteúdo factual, formulado a partir de informações obtidas por fontes diversas. Exemplo: aviso de pauta, regionalização de release e matérias.	6.1.6 Edição de Texto em Língua Portuguesa Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto em língua portuguesa, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias, governamentais ou a especialistas. Entregas: Texto editado, formatado, publicado e taguado. Qualidade do conteúdo editado. - de comunicação digital do Governo Federal. Complexidade: Baixa Até 2 laudas. Média de 3 a 5 laudas. Alta Acima de 5 laudas. 6.1.7 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa Descritivo: Elaboração, revisão e formatação de texto em língua portuguesa. Entregas: Texto elaborado, em arquivo texto. Adoção das fontes: Tempestividade no atendimento. - Qualidade do conteúdo elaborado. - Correção ortográfica. - Adesão às diretrizes e Características consideradas na classificação da complexidade: - Quantidade de fontes usadas na apturação do conteúdo.
VÍDEOS	Elaboração e edição de entrevistas ou reportagens de vídeo para portal, redes sociais e mídia digital Descritivo: entrevista/apresentação de vídeo, vídeo institucional ou videoreportagem elaborada a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O material deverá ser entregue a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O material deverá ser entregue editado. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Entregas: arquivo de texto contendo roteiro aprovado pelo MS, arquivo de vídeo e material bruto em alta resolução para uso em TV e em outros formatos para uso em redes sociais e meios digitais, fornecido por meio digital e eventualmente com cópia no formato CD	9. Vídeo 9.1 Vídeo Reportagem Descritivo: Produção de reportagem em vídeo, a partir de briefing, de pauta e roteiro previamente aprovado e transcrito e legendado nos idiomas: português, inglês e espanhol. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para com ou sem repórter, produção, captação, edição, triagem e, quando necessário, pesquisa de imagem de arquivo para cobertura de reportagem finalizada. - Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e Internet. 9.1.2 Vídeo Depoimento Descritivo: Produção de vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico, a par aprovados pelo Ministério da Saúde. O vídeo deve ser transcrito e legendado nos idiomas: português, inglês e espanhol. As capturas de um roteiro, seguidas, quando necessário, de pré-entrevista e produção prévias. O vídeo inclui edição e letterings. A incluída. Este tipo de vídeo não inclui cobertura de imagens nem locução em OFF. (Arquivo texto contendo o roteiro de edição final (HD) para uso em TV e Internet. 9.1.5 Vídeo Premium Descritivo: Produção de vídeo com recursos técnicos, profissionais e equipamentos de qualidade superior necessários para a produção do vídeo. A captação de cenas externas é realizada com entrevistado em movimento enquadramentos específicos, conforme roteiro previamente aprovado. Os equipamentos para captação devem ser de última geração diferenciados esteticamente, na direção de arte e em trilhas; as imagens devem ser em HD e podem prever recursos e deve ser legendado em português. Entregas: - Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado. - Arquivo de vídeo em alta
TRANSMISSÃO AO VIVO	Complexidade para transmissão ao vivo Média - Até 2h de transmissão ao vivo e Baixa - Até 1h de transmissão ao vivo.	9.1.7 Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital Descritivo: Streaming (transmissão de som e imagem), via propriedade digital, outros tipos de evento), para potencializar o alcance da divulgação de ações do Ministério da Saúde. O serviço contempla as seguintes soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo. - Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local. - Gravado com imagens e áudio captados, sem edição ou cortes, e relatório de atividades realizadas para a viabilização da transmissão.
EMAIL MKT	Planejamento, produção e gerenciamento das ferramentas de comunicação interna E-mail MKT - produção, edição e disparo de e-mails marketing de assuntos relevantes ao conhecimento dos colaboradores do MS. Monitoramento do mailing de servidores, gestores e demais colaboradores do MS	7.1.2 E-Mail Marketing Descritivo: Criação e produção de conteúdo, a ser enviado por e-mail, com a utilização de recursos gráficos. Código fonte da peça e demais arquivos digitais abertos da imagem que compõe a peça.
MONITORAMENTO REDES SOCIAIS	Monitoramento para avaliação da presença do órgão nas redes sociais Estudo para avaliação da presença do contratante pelos seus temas de interesse, públicos de relacionamento e veículos relevantes, bem como identificação de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças além de tendências e de exposição do MS. Entregas: relatório analítico, qualitativo e quantitativo, mostrando conteúdos de exposição com tópicos/menções mais relevantes por tema, relacionados aos assuntos de interesse do órgão, além da sentimentalização com a indicação em porcentagem positiva, neutra e negativa das interações de cada conteúdo citado além do apontamento do teor de elogios e críticas. O relatório deve ser entregue diariamente, pelo menos 4 vezes ao dia, inclusive em finais de semana e feriados, com os conteúdos identificados e analisados, enviados por e-mail eletrônico para lista de e-mails definidos pelo MS e também via WhatsApp para contatos definidos previamente. O documento deverá ser enviado entre 7 horas, 12 horas, 17 horas e 21 horas. Em situações de crise, quando indicado pela contratante, deverão ser enviados alertas e avisos periódicos via WhatsApp.	12.1.3 Monitoramento de Redes Sociais Descritivo: Acompanhar de forma permanente (24x7) com apoio de ferramenta de monitoramento a imagem do órgão/tema em redes sociais. O monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aquelas que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números explicando as razões pela qual determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícia explicando; Entregáveis: a) Relatório diário em horário a ser definido pelo gestor do contrato (corpo do e-mail) - deve trazer um resumo dos fatos do dia, relevância, seja ela positiva ou negativa, tendências de temas quentes para o dia e o que tem potencial de continuar na pauta (seu veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais); b) Alertas (corpo do e-mail) - organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente para o cliente; c) Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - recorte com uma visão geral dos principais temas positivos e negativos para os itens monitorados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara; d) Relatório de fim de semana (corpo do e-mail) - entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais notícias dos mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia; e) Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após encerramento do mês) - consolidado de todas as informações.

Ou seja, verifica-se que ao menos oito produtos no presente Edital constam como itens entregáveis também nos Contratos nº 90/2021 e 41/2022 em andamento neste Ministério.

Ainda que legalmente não haja qualquer dispositivo que proíba tal conduta, é bem claro que a própria Constituição em seu art. 37 preza pela EFICIÊNCIA administrativa e, consequentemente, ECONOMICIDADE. Conforme doutrina administrativista, trata-se de “realizar mais e melhor com menos, ou seja, promover os serviços públicos necessários para toda população, de maneira satisfatória, utilizando o mínimo necessário de suporte financeiro” (BACELLAR FILHO, Romeu Felipe. Direito administrativo. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 54).

Em outras palavras, o que se tem é que a eficiência tão desejada só é obtida a partir de um bom planejamento da contratação, o qual irá ensejar a seleção da melhor solução para tal demanda, SEM HAVER DISPÊNDIO DE RECURSOS SEM QUALQUER NECESSIDADE.

Qual seria então a necessidade de se buscar, por meio do novo Edital para Serviços de Comunicação Digital, itens entregáveis como produtos já previstos em Contratos atualmente vigentes no próprio Ministério da Saúde?

Fato é que, da maneira como colocada hoje, tal coexistência de diversos instrumentos contratuais não representa o melhor planejamento possível. Organizar processos de contratação, empregar recursos financeiros e humanos na realização de procedimentos distintos e ainda na gestão e na fiscalização de contratos que, ao final, terão por função satisfazer uma única necessidade, via de regra, não engendra conduta que se coaduna com os princípios da eficiência e da economicidade.

2.2 – Planejamento. Definição. Melhor Técnica.

Sob a mesma égide da fundamentação acima no tocante ao necessário planejamento da contratação, convém destacar trecho do Estudo Técnico Preliminar em que se defende a escolha da presente Concorrência como ‘melhor técnica’ ao invés de ‘técnica e preço’.

13.14 (...) Apesar de ambos buscarem o “menor preço”, no tipo “melhor técnica”, após a classificação das empresas pela técnica apresentada no certame, a Comissão Licitatória convoca as empresas para que digam se aceitam exercer o menor preço ofertado no processo pelas empresas classificadas. Já no tipo “técnica e preço” é feita uma ponderação entre a nota e o preço apresentado pelas empresas.

13.15. Portanto, primando pela economicidade e vantajosidade para o órgão, essa equipe de planejamento entende ser o tipo “melhor técnica” a opção mais pertinente no presente caso, ao possibilitar a escolha mais adequada, ao conciliar a seleção da melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes ao menor preço na execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas.

13.16. Ademais, dadas as características da atuação do Ministério da Saúde, adotar o tipo “técnica e preço” ou outro formato para realização da execução contratual, de fato, não seria adequado, pois poderia resultar na contratação de agência de propaganda com nível básico de qualificação, sem condições técnicas de atender de forma satisfatória às demandas de comunicação do órgão e aos anseios da Administração, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

13.17. Dessa forma, com a adoção do tipo “melhor técnica”, ensejará o enquadramento fiel do Ministério da Saúde aos critérios estabelecidos pela SECOM.

Ora, ao que parece, o Ministério mantém sua conduta já debatida em outra Concorrência recente – para contratação de agências de propaganda (TC 010.609/2022-9 em trâmite no Tribunal de Contas da União) – em que, por parte da Unidade Técnica da Corte de Contas, debateu-se a necessidade de uma melhor análise, mais aprofundada, a respeito do descarte tão genérico feito pelo tipo ‘técnica e preço’. Como visto no destaque acima, não há uma pormenorização detalhada das reais condições e benefícios quando da tomada de decisão pela ‘melhor técnica’ em detrimento da ‘técnica e preço’. Vale assim o destaque feito, como dito, pela Unidade Técnica no procedimento em trâmite no TCU sobre o tema: “19. Quanto ao tipo escolhido (melhor técnica), tem-se que a despeito de o item 12.8 do Estudo Técnico Preliminar (ETP) prever a possibilidade de descontos sobre os preços máximos estimados e os itens 15.4 e 23.4 do edital preverem negociação com base nos menores preços ofertados (peça 14, p. 20, e peça 10, p. 22 e 39), não há garantias ou incentivos reais, na prática, para que o vencedor ofereça descontos, notadamente porque as sucessivas concorrências do tipo melhor técnica têm demonstrado a oferta de propostas coincidentes com a estimativa da administração ou com ínfima variação em relação a ela. Assim, resta que o tipo “técnica e preço” não pode ser de pronto descartado, posto que o preço é componente relevante das propostas na equação da vantajosidade, sendo um dos poucos critérios absolutamente objetivos em contratações de publicidade, ensejando que seu descarte como fator de seleção de proposta na licitação seja muito bem justificado.”

3.2. Resposta da Área Técnica Demandante: As alegações trazidas já estão superadas tanto no processo de instrução do certame (parecer Conj. e Termo de Referência feito pela Ascom) quanto na própria legislação sobre o tema (Portaria MCOM nº 5.218, de 7 de abril de 2022, que dispõe sobre o procedimento para contratação e sobre a fase de execução dos contratos de serviços de comunicação digital dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal), que a reclamante parece desconhecer.

3.3. A própria [REDACTED] reconhece: “Ainda que legalmente não haja qualquer dispositivo que proíba tal conduta (...)”. De fato, não há. Os contratos 90 e 41 muito provavelmente estarão vigentes ao tempo em que será adjudicado o novo contrato oriundo do presente certame. Entretanto, a alegada sobreposição

de objetos inexistente. Por uma simples razão: os referidos contratos têm como objeto a prestação de serviços de **Comunicação Corporativa** e não de Comunicação Digital.

3.4. O objeto da presente licitação respeitou o disposto no art. 10 da Portaria MCOM nº 5.218/2022 e que materializou toda discussão travada pela SECOM com a sociedade e que se deu por meio da consulta pública realizada desde 2018, e, ainda, atendeu a determinação do E. Tribunal de Contas da União, no acórdão 6227/2016-2ª Câmara, no sentido de normatizar e modelizar os editais destinados às contratações de serviços de comunicação, em todas as suas vertentes.

3.5. Diz o art. 10 da referida Portaria:

Do objeto

Art. 10. O edital de licitação para a contratação de serviços de comunicação digital terá como objetos as atividades pertinentes ao conceito definido na Portaria MCOM nº 3.948, de 2021, a saber:

I - prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital;

II - criação e execução técnica de ações e peças de comunicação digital;

III - criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do órgão/entidade, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;

IV - moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais; e

V - monitoramento e estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos.

§ 1º Não será permitida a inclusão de produtos e serviços de natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação de comunicação digital.

§ 2º É vedada a subcontratação de outra agência de comunicação digital para a execução dos serviços compreendidos no objeto do contrato assinado.

3.6. A presente licitação, quer versa sobre **Comunicação Digital**, destina-se, fundamentalmente, a contratar empresa responsável pelo planejamento de ações de publicidade **em meio digital**, atendendo à nova legislação sobre o tema, que obriga concorrências nas modalidades "melhor técnica" ou "técnica e preço" para os serviços em comento. No caso citado pela [REDACTED], como se constata no comparativo trazido aos autos, trata-se de itens relativos à **assessoria de imprensa**, notadamente a produção de conteúdo noticioso a respeito das pautas do Ministério da Saúde, sendo importante anotar que a [REDACTED] saiu-se vencedora do pregão de Comunicação Corporativa.

3.7. Nesse diapasão, importa diferenciar a expertise de agências de Comunicação Digital e de empresas de Comunicação Corporativa que executam a difusão de conteúdo noticioso em meio digital. Trata-se de duas especialidades diferentes, referentes a dois ramos distintos da atividade de comunicação, ainda que, eventualmente, um ou outro procedimento executado possa guardar alguma similaridade.

3.8. Assim, a resposta ao questionamento formulado pela empresa ("Qual seria então a necessidade de se buscar, por meio do novo Edital para Serviços de Comunicação Digital, itens entregáveis como produtos já previstos em Contratos atualmente vigentes no próprio Ministério da Saúde?") é: os "entregáveis" de uma empresa de Comunicação Digital não são conteúdos noticiosos, tampouco integram uma estratégia mais ampla de assessoria de imprensa.

3.9. Diferentemente, a Comunicação Digital, como consta do Termo de Referência, situa-se no campo da publicidade, refere-se a estratégias que buscam impactar públicos distintos, amplos setores da população, elaborando-se, para tanto, abordagens completamente distintas das abordagens da comunicação corporativa.

3.10. Em suma: o que a [REDACTED] identifica equivocadamente como falta de planejamento, em verdade, reflete o desconhecimento da impugnante acerca das distintas áreas da Comunicação Social e as necessidades de uma Assessoria de Comunicação. Nesse sentido, providenciar a contratação de serviços de Comunicação Digital responde a uma obrigação do gestor, que precisa buscar constantemente a qualificação e melhoria dos produtos de comunicação, atraindo, por meio de atos administrativos adequados, o que há de melhor no mercado e capaz de proporcionar os resultados almejados, a partir de inovação e novas abordagens.

3.11. Outro ponto atacado pela [REDACTED] diz respeito à opção pelo tipo de licitação "melhor técnica". Neste sentido, registre-se que a escolha do tipo de licitação constitui ato administrativo discricionário do gestor e que deve ser devidamente fundamentada. E isso foi feito no Projeto Básico que instruiu o presente certame, devidamente aprovado pelas áreas jurídica e administrativa do Ministério da Saúde. A opção do Ministério foi contratar com a empresa que apresentar a melhor proposta técnica e, ainda, aceitar praticar os menores preços e as melhores condições comerciais apresentadas por todas as empresas classificadas para a etapa de preço.

3.12. Sobre o tema cite-se ainda o art. 4º da Portaria MCOM nº 5.218, de 7 de abril de 2022:

Art. 4º A licitação será processada de acordo com a modalidade concorrência, conforme o art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, adotando-se os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Parágrafo único. A escolha do tipo de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" pelo órgão ou entidade contratante, além de observar os termos dos arts. 23, 39 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993, deverá objetivar, obrigatoriamente, a identificação da licitante que reúna, de fato e de direito, os atributos que a configurem como a proposta mais vantajosa para a administração, com base nos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.

3.13. Quando se considera a centralidade do Ministério da Saúde no debate público recente sobre a pandemia e a resposta do governo à emergência de saúde, ou mesmo a sua relevância, para a sociedade, da mobilização em torno da imunização da população e o enfrentamento das doenças mais comuns, como a dengue e demais arbovírus, ou ainda, a qualidade do atendimento à saúde em postos do SUS e outros pontos relevantes da gestão da saúde em nosso país, tem-se uma noção mais clara do importante papel da comunicação do Ministério da Saúde e, nos dias atuais, da necessidade de se investir em comunicação qualificada no meio digital.

3.14. Trata-se, portanto, de um desafio que exige a busca por empresas altamente qualificada do ponto de vista técnico e operacional, capazes de compor equipes experimentadas e suficientemente competentes para gerar soluções e dar respostas à sociedade à altura da importância do Ministério da Saúde na vida do país, como dissemos.

4. CONCLUSÃO

4.1. Ante todo o exposto, conheço da impugnação apresentada pela [REDACTED] para, **no mérito, negar-lhe provimento**, tendo em vista que o presente certame, alinhado com as normativas em vigor sobre o tema, não apresenta qualquer dispositivo capaz de reduzir a competitividade, nem tampouco há que se falar em sobreposição de parte do objeto em disputa com outros contratos vigentes.

Atenciosamente,

VICTOR DE MELO BARBOSA LEITE
Coordenador de Imprensa

De acordo:

RODRIGO FAYAD DE ALBUQUERQUE ROSA
Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social



Documento assinado eletronicamente por **Victor de Melo Barbosa Leite, Coordenador(a) de Imprensa**, em 29/09/2022, às 18:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º, do art. 4º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Fayad Albuquerque Rosa, Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social**, em 29/09/2022, às 18:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º, do art. 4º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0029511883** e o código CRC **702DA32C**.

Referência: Processo nº 25000.077538/2021-76

SEI nº 0029511883

Subsecretaria de Assuntos Administrativos - SAA
Esplanada dos Ministérios, Bloco G - Bairro Zona Cívico-Administrativa, Brasília/DF, CEP 70058-900
Site - saude.gov.br