

**EXCELENTÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE
LICITAÇÃO/DIPLI/CGMAP DO MINISTÉRIO DA SAÚDE – MS**

1

**Concorrência nº 01/20211 – MS – Contratação de serviços
de comunicação digital.**

BRVIACOM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 16.749.998/0001-61, empresa participante da licitação em referência, neste ato representada por seu procurador infra-assinado, vem respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, nos termos do art. 109, inciso I, alínea “b”, da Lei nº 8.666/93, e, ainda, observando o quanto disposto no item 19.1 do Edital em epígrafe, interpor o presente **RECURSO**, contra o julgamento das propostas técnicas da Concorrência nº 01/2022 – MS, o que faz de acordo com os seguintes fatos e fundamentos.

1. DA TEMPESTIVIDADE

A decisão ora recorrida foi publicada no Diário Oficial da União nº 242, do dia 26/12/2022, Seção 3, iniciando assim, como determinado na Ata da 3ª sessão pública da Concorrência MS nº 01/2022, o cômputo do prazo recursal que vai até o dia 02/01/2023.

**ATA DA 3ª SESSÃO PÚBLICA REFERENTE À CONCORRÊNCIA Nº
01/2022**

(...)

Ao final, a Vice-Presidente da CEL informou que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado, na forma do item 18 do edital, com a indicação das licitantes classificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para a interposição de recurso a partir da

*disponibilização do conteúdo no Portal do Ministério da Saúde, **contando-se o prazo a partir da publicação no Diário Oficial da União**, conforme disposto no item 19 do edital.*

A tempestividade do presente recurso fundamenta-se no próprio corpo do edital, em seu item 19.1 – RECURSOS ADMINISTRATIVOS¹ e no inciso I alínea 'b' do art. 109 da Lei nº 8.666/93, art. 109².

2

Tendo em vista a data de interposição do presente apelo, tem-se como plenamente tempestiva a propositura do presente recurso, que tem por finalidade apontar as inconsistências verificadas por esta Recorrente, no julgamento das propostas técnicas, que a seguir serão demonstradas.

2. DOS FATOS

Resumidamente, com a realização da 3ª Sessão Pública, que teve como objetivo o cotejamento entre as propostas identificadas e não identificadas, a divulgação das notas apuradas pela Subcomissão Técnica e posterior apuração das notas e classificação das licitantes, todas as licitantes foram surpreendidas por uma série de vícios e falhas nos procedimentos de manutenção do sigilo e da confidencialidade das propostas, que se impõem à efetividade quaisquer tentativas de defesa ou solicitação de correção de notas das propostas das licitantes, haja vista a evidente possibilidade de direcionamento dos resultados obtidos no julgamento das Proposta Técnicas da Concorrência nº 01/2022 do Ministério da Saúde, como aqui restará comprovado.

¹ 19.1 Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis....

² Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem: I – recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de: (...) a) Julgamento das propostas; (...)

I. Da qualidade da proposta da Briviacom Comunicação e Marketing Ltda.

Também só a título de contextualização, a proposta apresentada pela Briviacom não apenas se demonstra adequada à expectativa apresentada no desafio do briefing da Concorrência MS nº 01/2022, como também apresenta, de forma inovadora, as mais modernas abordagens, possíveis por meio da comunicação digital, para atingimento dos públicos-alvo determinados no edital,.

3

Embora as múltiplas abordagens de estratégias de comunicação compartilhem de uma essência comum e busquem alcançar objetivos valiosos para as marcas e instituições, é imperativo respeitar a vocação característica de cada canal e cada plataforma. A Briviacom se caracteriza por ter em seu DNA a criatividade e a tecnologia, direcionadas por uma visão de dados e performance. A proposta apresentada nesta licitação está recheada com estes elementos digitais, tendo como lastro a criação, entrega e governança de conteúdos que respeitam os formatos e as boas práticas não somente de cada ambiente digital citado, mas, sobretudo respeita a natureza do próprio edital, que é de comunicação digital.

Como o público alvo indicado no briefing é bastante amplo e diverso, e conhecendo as limitações de direcionamento de mensagem em estratégias orgânicas, sem investimento de mídia. A proposta da Briviacom optou pela segmentação de mensagem a partir do perfil médio dos usuários de cada uma das redes sociais. Apesar do núcleo estratégico ser respeitado, as ações, linguagem, formato, volume e frequência levam em consideração a forma com que cada público consome e compartilha conteúdo em sua jornada.

A estratégia de conteúdo também respeita um elemento fundamental no contexto de combate às arboviroses, que é a **sazonalidade** das chuvas. Intensificar a difusão de mensagens e exposição de conteúdos em momentos críticos é fundamental para manter contexto e promover um sentimento de pertinência.

O uso incremental das plataformas proprietárias já existentes do Ministério da Saúde constitui um ponto chave na estratégia apresentada pela Briviacom, com uma proposta de melhorias inovadoras, como a da utilização de recursos de geolocalização no App Menos Mosquito, por exemplo.

Outro destaque é no acompanhamento de tendências de ativação em redes sociais por parte de empresas que podem utilizar seus próprios colaboradores como influenciadores digitais e embaixadores da campanha. A nossa estratégia oferece insumos e dá voz para estes agentes orientarem as pessoas no dia a dia, presencialmente nas visitas, nas redes do Ministério da Saúde ou mesmo em suas redes próprias, gerando conteúdo autêntico e poderoso para a campanha.

Além disso, o uso de ferramentas digitais e inteligência artificial, como o chatbot, permite que o cidadão mantenha contato e tire dúvidas a qualquer momento, mantendo uma comunicação efetivamente perene: a qualquer hora e momento que precisar. Outro recurso presente na proposta da Briviacom é o de explorar os assistentes de voz, como Google Home e Alexa como fonte de informação e consulta sobre arboviroses.

Porém nenhuma dessas observações serão diretamente o objeto do presente Recurso, mas sim a conformidade do certame.

II. Das propostas das 2 (duas) primeiras colocadas e a Comunicação Digital

Imperioso também registrar o inusitado ambiente onde este certame tem se desenrolado, que simultaneamente é curioso e triste. Não há como não perceber a invasão de empresas de relações públicas/assessoria de imprensa/comunicação corporativa na Concorrência MS nº 01/2022, que tem como objeto a comunicação digital, pois, dentre as 3 (três) primeiras colocadas, à exceção da própria Briviacom, as demais licitantes (FSB e InPacto) são de segmento diverso e comunicação, ou seja, não têm o digital em sua origem, a

segunda colocada até, recentemente, alterou sua razão social para, inocuamente, tentar se aproximar desse mercado, fatos que ocasionam uma triste consequência, a completa inadequação das ações propostas pelas mencionadas empresas ao objeto da licitação em comento.

As duas mencionadas empresas, anunciadas como primeira e segunda colocadas no certame, são agências que normalmente transitam em outro ambiente. Embora trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa possam – e devam – ser realizados em ambientes digitais, não se deve confundir esta atuação como expertise de comunicação digital propriamente dita.

Agências de RP e Assessoria tendem a basear as suas estratégias na utilização de espaços de terceiros para reverberar as mensagens, deixando os canais proprietários dos clientes com menos protagonismo e relevância, este efeito fica evidente nas propostas da FSB e InPacto.

Só a título de exemplificação, cabe relatar resumidamente sobre como a inadequação das propostas e do evidente viés que a expertise dessas empresas em outra área, impactam na elaboração das propostas das 2 (duas) primeiras colocadas.

A **FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda.** chega encaminhar uma ação em que o público alvo são rádios – veículos que fogem completamente ao escopo do certame, pois rádios não são um canal que se enquadra no conceito de plataforma/tecnologia digital, evidente herança de outro ramo da comunicação que a licitante carrega em seu DNA, sendo, assim, incorreto colocá-lo como um canal de disseminação de conteúdo digital e/ou público-alvo.

Já a empresa InPacto confia em ações de permuta com influenciadores digitais para a ampla difusão dos ativos de campanha. Essa estratégia apresenta a utilização de influenciadores, microinfluenciadores e nanoinfluenciadores como potenciais difusores e defensores do movimento, todavia, não há menção de

como será feito o estímulo a esses influenciadores, que é ponto crucial para a efetividade da ação, segundo a proposta, para dar tração à comunicação. E mais grave, não estão previstos os cachês para esses ativos (os influenciadores), sendo que, a ação como prevista tem bem mais características de mídia do que de comunicação digital.

6

Outro ponto que demonstra a evidente falta de intimidade da InPacto com o universo da comunicação digital é o fato de que, mesmo afirmando que o Ministério da Saúde tem redes com vários seguidores, grande interação e bom engajamento, a licitante indica a criação de novos perfis, o #ZeroAedes, em todas as redes sociais.

Ora, uma vez que as redes do Ministério da Saúde têm “elevado volume de seguidores, interação adequada e bom índice de engajamento”, a criação de novos perfis passa a ser algo supérfluo e dispendioso, já será necessário um esforço muito grande de conteúdo e mídia para conseguir engajar, angariar seguidores e ter uma interação tão boa quanto os perfis do MS já possuem e que conquistou ao longo de muitos anos. Assim, corre-se o risco desses novos perfis gastarem tempo e dinheiro a mais para conseguir atingir um público que o Ministério já conquistou, ou pior, ficarem obsoletos. Além disso, também tal ação de criação de novos perfis em redes sociais não é considerada no orçamento.

Outro exemplo em que a InPacto demonstra completo distanciamento da comunicação digital é quando propõe webséries e perfis de Instagram, TikTok, Facebook, Twitter e YouTube são destinados a todos os públicos.

O público primário do briefing, estabelecido na licitação, são homens e mulheres, 15 a 70 anos, classes ‘A, B, C, D e E’, e o segundo objetivo do briefing é a promoção de entregas efetivamente segmentadas para cada público-chave. Em sua proposta, a InPacto ignora completamente as diferenças de uso de redes sociais decorrentes da idade e classe social dos públicos-alvo.

São tantas as inconsistências verificadas nas propostas da FSB e da InPacto, que seria necessário um compêndio para listá-las, a exemplo da completa ausência de abordagens sobre a sazonalidade das ações, que tornam inócua a comunicação sobre as arboviroses.

Assim, as impropriedades e equívocos de interpretação não são exatamente uma surpresa em suas propostas, mas sim uma prova irrefutável do distanciamento que a FSB e a InPacto têm do universo da comunicação digital.

Porém, nenhum dos erros, apresentados acima, cometidos pelas mencionadas licitantes, se demonstram mais relevantes do que as gravíssimas falhas de procedimentos na manutenção do sigilo e da confidencialidade das propostas.

III. Da confidencialidade e da quebra de sigilo das propostas não identificadas

Neste cenário de impropriedade na análise das propostas das primeiras colocadas e de erros básicos de procedimento, como o de não apresentar as planilhas as justificativas juntamente com as notas, soma-se também o não cumprimento de uma regra básica em processos de licitação de rito apócrifo, que é o de confidencialidade.

A evidente quebra do sigilo das propostas antes do anúncio das notas é erro gravíssimo, que denota, no mínimo, falta de cuidado da Comissão Especial de Licitação, o que ocasionará, indubitavelmente, a **nulidade** desse longo e dispendioso processo, o que afronta vários princípios licitatórios e constitucionais.

Tamanho foi o choque na forma de condução da apresentação das notas e identificação das propostas, que as licitantes fizeram questão de que a violação do sigilo das notas das propostas não identificadas constasse em ata.

Ata da 3ª Sessão Pública Referente à concorrência nº 01/2022, de 22/12/2022.

(...)

A empresa *CAPPUCCINO ESCRITÓRIO DE DESENHO LTDA*, CNPJ: 03.844.015/0001-24, representado por *Luciana Barbeta Cruz*, CPF 997.916.091-87, informou que gostaria de fazer uma inserção na ata com o seguinte conteúdo: **“Em virtude da planilha de notas não ter chegado lacrada à sessão e ter tido seu conteúdo informado apenas após o cotejamento, consideramos fundamental a divulgação do processo SEI para constatar que as notas atribuídas foram formalizadas antes da identificação das licitantes, o que ocorreu nesta sessão.”**

(...)

A representante da empresa *AGÊNCIA DE INTERATIVIDADE E MARKETING LTDA*, CNPJ: 84.480.946/0001-92, *Karenina Kanavati*, CPF 621.081.662-20, fez o seguinte registro: **“A nulidade absoluta do julgamento por violação do sigilo do julgamento das propostas técnicas.(...) Solicita ainda, na forma do requerimento protocolizado na sessão, a disponibilização da Ata, planilhas, justificativas das notas e propostas técnicas de modo que essa disponibilização seja em concomitância com o marco inicial do prazo recursal.”**

Impressiona também a naturalidade com que o fato foi tratado pela própria Comissão Especial de Licitação, que supostamente deveria ser a zeladora da conformidade e a responsável pela lisura do certame, nem se incomodou em registrar em ata a quebra do sigilo, afirmando que as notas referentes ao julgamento das propostas não identificadas já se encontravam, anteriormente à sessão, no Sistema Eletrônico de Informação – SEI, contrariando assim todo o cuidado que a legislação e o edital tomaram para a manutenção da inviolabilidade na identificação das propostas até o momento oportuno, que já adiantamos, seria após ao cotejamento das propostas identificadas com as não identificadas.

Ata da 3ª Sessão Pública Referente à concorrência nº 01/2022, de 22/12/2022.

(...)

*Em seguida, a Vice-Presidente da **CEL** informou que seriam utilizadas as notas inseridas no Sistema Eletrônico de Informação formuladas pela Subcomissão Técnica para a divulgação das notas para cada quesito de cada Proposta Técnica.*

9

Previamente convém esclarecer, que o objeto do certame em apreço, devido ao rito apócrifo estabelecido, também é regulado pelo edital e por lei específica, a saber, a Lei Federal 12.232/2010, que instituiu normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, aplicáveis à União, como é o caso do Ministério da Saúde, Estados, Distrito Federal e Municípios, bem como à Administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente por essas pessoas políticas.

EDITAL

*1.3 De forma complementar, esta concorrência será realizada com base na Instrução Normativa MP nº 5/2017, na Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018, **observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto**, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016 – TCU – 2ª Câmara.*

Corroborando com o entendimento de aplicação da Lei nº 12232/2010 nas licitações de comunicação digital da Administração Direta, recentemente foi publicada uma portaria do Ministério das Comunicação (PMCOM nº 5.218/2022), órgão em que atualmente fica lotada a Secretaria de Comunicação Social – SECOM, responsável pela normatização, na área da comunicação, de todo o Sistema de Comunicação do Poder Executivo Federal – SICOM.

PORTARIA MCOM Nº 5.218, DE 7 DE ABRIL DE 2022

*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.***

(...)XIV, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, resolve:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Dispor sobre o procedimento para contratação e sobre a fase de execução dos contratos para prestação de serviços de comunicação digital.

*§ 1º O disposto no caput aplica-se aos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, nos termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e, de forma complementar, da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 26 de maio de 2017, **observadas**, no que couber, as regras estabelecidas pela **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**.*

10

A referida lei (12.232/2010) prevê uma série de mecanismos para garantir a objetividade do julgamento, entre as quais a padronização das formas de apresentação das propostas técnicas, cuja autoria somente poderá ser conhecida após a correspondente avaliação, realizada por comissão especialmente designada para tal, a Subcomissão Técnica, que não se confunde com a Comissão de Licitação.

Dentre as inovações trazidas à época pelo referido diploma normativo, tem-se a criação de comissão especializada para atuar como auxiliar da comissão processante do certame, comissão esta conhecida como subcomissão técnica e que tem por objetivo julgar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes nos planos de comunicação apresentados.

A subcomissão técnica foi pensada para trazer isonomia e imparcialidade ao certame por meio do julgamento das propostas técnicas de modo que não fosse possível a identificação do seu autor antes do momento de cotejamento das propostas técnicas não identificadas com as identificadas, fato conhecido pelos membros de ambas comissões, com a obrigatória leitura do edital e da legislação de referência.

O objetivo do legislador, com a existência da subcomissão técnica e com a ausência de identificação das propostas, foi de permitir maior lisura ao certame, preservar a isonomia e assegurar a imparcialidade do julgamento, evitando-se,

assim, o benefício de determinadas licitantes em detrimento das demais, o que, evidentemente, não ocorreu no certame da Concorrência MS nº 01/2022.

Dada a sacralidade do procedimento, pode-se dizer, assim, no entendimento de vários doutrinadores, que vigora nas licitações públicas de comunicação o Princípio do Julgamento Apócrifo.

11

A força cogente de tal princípio no âmbito do processo licitatório traz implicações para todo o processo licitatório voltado à contratação de serviços de comunicação, seja em relação à necessidade de ausência de contato entre a subcomissão técnica e os licitantes, seja em relação ao efeito de eventual identificação prévia das propostas dos licitantes, dentre outras, diversas são as consequências jurídicas da aplicação do princípio do julgamento apócrifo.

Ao contrário de todo o rito adotado na licitação em comento pela Comissão Especial de Licitação e pela Subcomissão Técnica, a manutenção do sigilo acerca da autoria das propostas é imprescindível para que haja um julgamento imparcial.

Tanto é que a Lei nº 12.232/2010, em seu art. 12, estipula exatamente qual o momento correto e adequado para a divulgação das notas das propostas não identificadas no julgamento das propostas técnicas, tipificando assim a gravidade atribuída à tal falha. Oportuno registrar que o correto momento de divulgação das mencionadas notas é o momento da abertura dos envelopes contendo as propostas identificadas, conforme determina o art. 12, e, conseqüentemente, o art. 11, ambos da mesma lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária **sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea 'a' do inciso VII do § 4o do art. 11** desta Lei, (...).

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

(...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

(...)

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

Tamanha é a preocupação dos órgãos e instituições em respeitar os procedimentos de manutenção da confidencialidade do resultado do julgamento das propostas técnicas até o momento correto de sua divulgação, que é absolutamente comum encontrar orientações precisas para a Subcomissão Técnica e para a Comissão Especial de Licitação, para que não haja a mínima possibilidade de quebra de sigilo, a exemplo de recente licitação de comunicação digital do Banco do Brasil, que faz questão de registrar como obrigação explícita, em seus editais que seguem o rito apócrifo, de que as análises individualizadas e o julgamento das propostas técnicas devem ficar acondicionadas em envelopes lacrados até a sessão de cotejamento das propostas identificadas e não identificadas.

BANCO DO BRASIL S.A. – LICITAÇÃO 2019/04512 (8558)

OBJETO: Contratação de até 2 (duas) empresas para prestação de serviços, sob demanda, de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital, conforme especificações constantes do Anexo 1 deste Edital.

DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

*11.27 Concluídos a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do INVÓLUCRO nº 1, a **Subcomissão Técnica** entregará à CL, mediante emissão de recibo, os seguintes documentos, **devidamente***

acondicionados em envelopes lacrados e rubricados nos fechos por seus membros:

- a) planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas aos subquesitos analisados;*
- b) justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;*
- c) ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Digital assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;*
- d) todas as vias não identificadas dos Planos de Comunicação Digital, devidamente acondicionadas nas caixas e lacradas pela Subcomissão.*

(...)

*11.29 Concluídos a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do INVÓLUCRO nº 3, a **Subcomissão Técnica** entregará à CL, mediante emissão de recibo, os seguintes documentos, **devidamente acondicionados em envelopes lacrados e rubricados nos fechos por seus membros:***

- a) planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas aos quesitos analisados;*
- b) as justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;*
- c) ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;*
- d) todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital das LICITANTES, devidamente acondicionadas nas caixas e lacradas pela Subcomissão.*

Imperioso mencionar que o rito apócrifo já conhecido de longa data dos órgãos e instituições do Poder Executivo Federal, já se configurando como obrigação legal desde 2010, ou seja, há mais de 12 anos, e, principalmente do Ministério da Saúde, onde, só por curiosidade, o próprio Ministério foi o primeiro órgão a ser legalmente obrigado a seguir o mencionado rito em uma licitação de publicidade ocorrida no mesmo ano de publicação e início de vigência da Lei nº 12.232/2010.

Todavia não é só a Lei ou instrumentos de outros órgãos que são claros quanto à manutenção da confidencialidade das propostas, o próprio edital da Concorrência MS nº 01/2022, em seu item 17.4.1, estabelece, para a Comissão Especial de Licitação e para a Subcomissão Técnica (que inclusive devem assinar Termo de Responsabilidade), a obrigação da manutenção do caráter sigiloso das propostas técnicas.

17.4.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

(...)

MODELO

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

(...)

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externa ou internamente no Ministério da Saúde ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico pela Comissão Especial de Licitação.

Oportuno destacar que a obrigação de não divulgação é da Subcomissão Técnica, que deveria ter tomado todas as precauções para não divulgar, externa ou internamente o resultado do julgamento técnico, restando óbvio que a publicação no Sistema Eletrônico de Informações – SEI não é, nem de longe, o rito correto para a manutenção do sigilo do resultado do julgamento das propostas técnicas, o que se configurou como evidente quebra de sigilo.

Ainda mais que esse sistema, utilizado por todo o Poder Executivo Federal e pelos demais poderes, é conhecidamente vulnerável, nessas situações, já que

quando nele inserida alguma informação, todos os servidores lotados nas unidades das quais fazem parte os membros da Comissão Especial e da Subcomissão têm acesso aos conteúdos ali inseridos.

Tão séria é a questão da **confidencialidade**, que a displicência na condição do sigilo das propostas não identificadas é tratada com rigor pela lei, onde tal sistemática foi considerada tão relevante para o legislador que, o art. 12, a lei 12.232/10 traz sanções não somente para o certame, com a sua **anulação**, como também para as agentes públicos – como a apuração de eventual **responsabilidade administrativa, civil e até criminal** - na hipótese de descumprimento da regra de manutenção do sigilo prévio, pelos membros da subcomissão técnica, no hiato entre o resultado do julgamento técnico até a identificação das propostas.

15

Lei nº 12.232/2010

*Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea 'a' do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, **implicará a anulação do certame**, sem prejuízo da apuração de eventual **responsabilidade administrativa, civil ou criminal** dos envolvidos na irregularidade.*

Código Penal

Art. 337-J

Devassar o sigilo de proposta apresentada em processo licitatório ou proporcionar a terceiro o ensejo de devassá-lo:

Pena: detenção, de 2 (dois) anos a 3 (três) anos, e multa.

Não só o edital e a Lei são criteriosos e implacáveis com desrespeito ao sigilo e à confidencialidade, o Tribunal de Contas da União – TCU já se pronunciou com veemência sobre a importância do sigilo das propostas em um procedimento licitatório.

Acórdão TCU 2126/2010- Plenário - “Nesse ponto, vale ressaltar que o **sigilo das propostas**, preconizado em vários dispositivos da Lei das Licitações, **não corresponde apenas à obrigação de a Administração não devassar os envelopes** contendo as propostas, **mas sim, a uma efetiva garantia de que os licitantes não tiveram conhecimento da proposta um dos outros**, (...). Nesse sentido, **a preservação do sigilo das propostas constitui preocupação fundamental para o intuito de atender um dos objetivos básicos da licitação**, que é a **busca pela proposta mais vantajosa** para a Administração. Almeja justamente **evitar a ocorrência de conluíus**, os quais, ao **eliminar a competitividade nos certames licitatórios**, **acabam interferindo na economicidade dos preços finais contratados**.

16

O TCU chamou em audiência gestor público (...), com **indício de simulação licitatória, fraude e violação ao sigilo das propostas**, em detrimento dos princípios da moralidade, da igualdade e da probidade administrativa, consubstanciados nos arts. 3º, caput e § 3º; 22, §§ 3º e 7º; e 94 da Lei nº 8.666/1993, e no art. 37, caput, da Constituição Federal. **Acórdão 673/2008 Plenário**

Assim, resta indubitável o dever da Administração na observância do sigilo das propostas, pois trata-se de uma das regras que garantem a competitividade do processo licitatório e, por consequência, a isonomia, a igualdade e a moralidade administrativa, além da supremacia do interesse público.

3. CONCLUSÃO

Neste sentido, a divulgação antecipada, mesmo que internamente no Ministério da Saúde, é vício grave e irreversível, já que o resultado do julgamento das propostas técnicas, com a sua publicação antecipada no Sistema Eletrônico de Informações – SEI, não foi mantido em sigilo durante o processo licitatório, não pelo

menos até o momento específico determinado em lei, que seja o de abertura do invólucro contendo as propostas identificadas.

Essa divulgação inapropriada comprometeu o certame e atrapalhou a Administração na busca pela melhor proposta, violando assim vários princípios da licitação e da Constituição Federal, a exemplo dos princípios da legalidade, da impessoalidade, do procedimento formal, da igualdade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, da eficiência e do julgamento objetivo

17

Mesmo que a quebra do sigilo do resultado do julgamento técnico da Concorrência MS nº 01/2022 possa ter ocorrido de forma não intencional, o que demonstraria no mínimo a inaptidão dos membros na participação e condução da Comissão Especial de Licitação e, em especial da Subcomissão Técnica, ela se demonstra como total afronta ao Interesse Público, sendo justa e inevitável a adoção de medidas cabíveis para decretar a **nulidade** do certame, já que se configura como violação ao previsto no edital, no art. 3º da Lei 8.666/1993 e no art. 12 da Lei nº 12.232/2010.

4. PEDIDOS

Diante do exposto, amparada na Lei 8.666/1993, no Edital e na Lei 12.232/2010, que regem o presente certame, e com fundamento nos argumentos recursais precedentemente aduzidos, requer-se que esse **Recurso** contra o julgamento das Propostas Técnicas, seja recebido em sua plenitude e integralmente provido, a fim de que seja declarada a **nulidade do certame** da Concorrência MS nº 01/2022, por ser a medida justa a ser tomada e caracterizar a correta busca pela lisura e pela defesa dos interesses do Ministério da Saúde.

Nestes termos, requer o acolhimento e deferimento deste recurso, permanecendo à disposição desta Comissão Especial de Licitação para quaisquer esclarecimentos.

Pede o deferimento.

18

Brasília, 30 de dezembro de 2022.

DocuSigned by:

5556680EC1BE422...

Eliel Allebrandt

Representante Legal

Briviacom Comunicação e Marketing Ltda.