



ESTUDO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

Processo nº 53500.018684/2023-26

Considerações Iniciais:

O presente documento visa analisar a viabilidade de contratação para o atendimento de demanda formalizada pelo Documento de Formalização de Demanda (DFD) 9938069.

As seções abaixo realizam análise pontual de diversos aspectos da demanda e da futura contratação, seguindo orientações presentes na [Instrução Normativa SEGES/ME nº 58/2022](#).

O presente documento segue modelo básico da Anatel formatado para atender aos comandos da supracitada Instrução Normativa, apresentando as análises de forma entendida como mais lógica para a correta conclusão sobre a viabilidade ou não da contratação.

Após conclusão e aprovação do presente, ele será incluído no Sistema ETP digital.

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

1.1. Número do processo: 53500.018684/2023-26

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

2.1. Compete à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) atuar com publicidade na adoção das medidas necessárias para o atendimento do interesse público e para o desenvolvimento das telecomunicações brasileiras, nos termos do art. 19 da [Lei Geral de Telecomunicações \(LGT\)](#).

2.2. Conforme estabelece o [Regimento Interno da Anatel](#), em seu art. 144, cabe à Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social (APC) “assessorar, programar, promover, coordenar, estruturar o suporte e executar as atividades de comunicação interna e externa no que compete às ações relacionadas com imprensa, publicidade, relações públicas e eventos e apresentação das páginas da Anatel na intranet e na Internet”.

2.3. No cumprimento de suas atribuições regimentais de “promover e coordenar a divulgação da imagem da Anatel para os públicos interno e externo”, a APC é responsável pela comunicação institucional da Agência, incluindo a mediação do relacionamento com a imprensa; produção, gravação e edição de fotos, vídeos e áudios; editoração eletrônica de documentos, relatórios, dentre outros.

2.4. Nesse contexto, vale observar que a Secretaria de Comunicação Social - SECOM é, conforme dispõe o art. 4º do [Decreto nº 6.555/2008](#), o órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM) e, tal atribuição confere ao órgão, por exemplo, a competência institucional de apoiar os integrantes do SICOM nas ações de imprensa que exijam, pela natureza da pauta, articulação interna e participação coordenada, no âmbito do Poder Executivo Federal, inclusive coordenar as ações de comunicação pública e de relações com a imprensa dos integrantes do SICOM que exijam esforço integrado de comunicação.

2.5. O [Decreto nº 6.555/2008](#), que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, informa:

Art. 4º O Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM) é integrado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência de República, como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação. ([Redação dada pelo Decreto nº 7.379, de 2010](#)).

Art. 5º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão orientadas pelos objetivos e diretrizes previstos nos arts. 1º e 2º, por políticas, orientações e normas adotadas pela Secretaria de Comunicação Social e por planos anuais elaborados pelos integrantes do SICOM.

2.6. Diante desse cenário, busca-se a contratação de uma empresa especializada para a prestação de serviços de suporte à comunicação institucional, com o objetivo de tornar mais eficaz a gestão da comunicação, ampliar a capacidade de atendimento às demandas internas e externas da Agência, e promover a comunicação integrada para o cumprimento dos objetivos estabelecidos no Plano Estratégico da organização (2023-2027). Além disso, almeja-se reduzir a assimetria de informação por meio da disseminação de dados no setor de telecomunicações, promover a boa governança e assegurar a transparência dos resultados esperados. Isso também visa garantir o cumprimento do princípio da publicidade, conforme previsto no art. 37, § 1º da [Constituição Federal](#).

2.7. Registra-se, ainda, que a Minuta de Termo de Referência (SEI nº 12981477) seguiu, como modelo, o documento elaborado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM-PR), conforme preceitua o art. 6º, XIV, do [Decreto nº 6.555/2008](#), disponível em Modelos de Edital de Serviços de Comunicação Institucional (<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-comunicacao-institucional>).

2.8. Por fim, os documentos que embasam esta contratação foram submetidos à aprovação da SECOM-PR, em conformidade ao disposto no art. 7º, III, do [Decreto nº 11.362/2023](#), em consonância ao disposto art. 12 da [Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023](#):

Decreto nº 11.362, de 1º de janeiro de 2023

Art. 7º À Subsecretaria de Gestão e Normas compete:

(...)

III - validar, com o auxílio das demais unidades da Secretaria de Comunicação Social, as minutas de editais de licitação para a contratação de serviços de comunicação social, especialmente os de publicidade prestados por meio de agências de propaganda, os de comunicação digital, os de promoção ou **live marketing** e os de comunicação institucional, submetidas pelos órgãos e pelas entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM; ([Redação dada pelo Decreto nº 11.836, de 2023](#))

Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023

Art. 12. A SECOM subsidiará os órgãos e entidades integrantes do SICOM na elaboração de minutas de editais, projetos básicos ou termos de referência para a contratação de serviços de comunicação institucional, de comunicação digital e de serviços de promoção.

3. ÁREA REQUISITANTE

- 3.1. Área Requisitante: Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social - APC
- 3.2. Responsável: Daniel Leite Santos França

4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Da execução indireta

4.1. O [Decreto nº 9.507/2018](#), que dispõe sobre a execução indireta, mediante contratação, de serviços da administração pública federal direta, autárquica e fundacional estabelece, em seu art. 3º:

Art. 3º Não serão objeto de execução indireta na administração pública federal direta, autárquica e fundacional, os serviços:

I - que envolvam a tomada de decisão ou posicionamento institucional nas áreas de planejamento, coordenação, supervisão e controle;

II - que sejam considerados estratégicos para o órgão ou a entidade, cuja terceirização possa colocar em risco o controle de processos e de conhecimentos e tecnologias;

III - que estejam relacionados ao poder de polícia, de regulação, de outorga de serviços públicos e de aplicação de sanção; e

IV - que sejam inerentes às categorias funcionais abrangidas pelo plano de cargos do órgão ou da entidade, exceto disposição legal em contrário ou quando se tratar de cargo extinto, total ou parcialmente, no âmbito do quadro geral de pessoal.

§ 1º Os serviços auxiliares, instrumentais ou acessórios de que tratam os incisos do **caput** poderão ser executados de forma indireta, vedada a transferência de responsabilidade para a realização de atos administrativos ou a tomada de decisão para o contratado.

4.1.1. Estando o serviço que se pretende contratar acolhido pelo normativo supracitado, decide-se por instruir o processo para análise da viabilidade da sua execução indireta, mediante de contratação de empresa que cumpra os requisitos a seguir elencados.

REQUISITOS NECESSÁRIOS AO ATENDIMENTO DA NECESSIDADE

Requisitos Gerais

4.2. O presente processo licitatório visa à contratação de empresa especializada em comunicação institucional para a execução dos produtos e serviços, compreendendo atividades acessórias voltadas à estratégia de comunicação, mapeamento de imagem institucional, análises, produção de conteúdo, ações de relações públicas, observadas as condições e especificações constantes neste Estudo Técnico Preliminar e seus anexos. É imprescindível que a empresa contratada detenha infraestrutura e pessoal técnico especializado compatíveis com o objeto da licitação pretendida.

4.3. A empresa licitante deverá declarar que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação dos serviços, conforme modelo do Apêndice IV do Termo de Referência.

4.4. Os serviços serão prestados mensalmente e/ou sob demanda, mediante emissão de ordem de serviço.

Requisitos Específicos

4.5. PLANEJAMENTO

4.5.1. Reposicionamento de imagem (com apoio de diagnóstico e matriz estratégica)

4.5.1.1. Descritivo: elaboração de reposicionamento de imagem a partir de diagnóstico e matriz estratégica de comunicação institucional com indicação de objetivos e diretrizes estratégicas, mensagens-chave e recomendações de ações de comunicação para promoção de novo posicionamento do CONTRATANTE junto aos seus públicos-alvo. O levantamento deverá conter propostas que subsidiem a elaboração do plano de ação de comunicação institucional da Anatel, com sugestões de ações e indicação clara dos meios apropriados para implementá-las; política de porta-vozes (identificação de membros que poderão representar a instituição, temas que poderão abordar, eventual necessidade de treinamento); cronograma de atividades por público; indicação de ações específicas; definição de linha editorial e posicionamento estratégico.

4.5.1.2. Os produtos entregues devem compreender, conforme solicitação do CONTRATANTE:

- a) Identificação de públicos internos e externos relevantes para a Anatel em relação às suas temáticas;
- b) Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados, conforme descrito na ordem de serviço, até o limite de 200 (duzentas) entrevistas;
- c) Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades;
- d) Mapa de Influenciadores nacional e regional (como as lideranças locais, jornalistas, influenciadores na internet, entre outros públicos de interesse);
- e) Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras;
- f) Proposta de objetivos de comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação;

g) Proposta de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação:

- g.1) Definição e indicação de meios de comunicação de atuação;
- g.2) Indicação de novo posicionamento/proposta de valor;
- g.3) Proposição de *KPIs* (Indicadores de performance) para avaliação de ações e resultados.

h) Proposta de posicionamento, interação, atuação e atividades de comunicação institucional. A proposta deverá conter ações específicas para cada rede social já utilizada pela Agência e para outros meios, caso identificado pelo contratado:

- h.1) Definição de públicos-alvo/personas/personagens;
- h.2) Detalhamento de tipos de conteúdo;
- h.3) Definição de linguagem;
- h.4) Calendário de ações e cronograma das atividades.

i) Propostas de ações a serem desenvolvidas em veículos de comunicação.

4.5.1.3. Entregáveis:

- a) Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes;
- b) Relatório em formato de apresentação gráfica contendo as principais informações do novo posicionamento;
- c) Apresentação presencial ou virtual (a ser definida pelo CONTRATANTE) pelo contratado dos resultados obtidos no estudo e propostas de reposicionamento;
- d) Relatório em formato de texto detalhado, contendo todas as informações referentes às etapas, produtos, sugestões e demais.

4.5.1.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Abrangência e consistência do diagnóstico;
- c) Confiabilidade das fontes pesquisadas; e
- d) Qualidade das informações dos relatórios.

4.5.1.5. Método de classificação da complexidade: não se aplica.

4.5.1.6. **Prazo de entrega: até 30 (trinta) dias úteis.**

4.5.2. **Elaboração de guias e manuais**

4.5.2.1. Descritivo: elaboração de guia ou manual para consulta e instrução de públicos da Anatel sobre assuntos relacionados a temas de comunicação e políticas de prevenção e gestão de crises. O documento deve reunir, de forma organizada e explicativa, instruções, conceitos, contemplar as melhores práticas atualizadas sobre o tema, classificações, terminologias, ferramentas processos e procedimentos (exemplos temáticos: crise, redes sociais, linguagem simples, relacionamento com a imprensa, captação de vídeos com celular, boas práticas em acessibilidade, cerimonial, entre outros).

4.5.2.2. A elaboração do conteúdo do material deve ser gerenciada e assinada por profissional de comunicação sênior ou superior – deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, Publicidade ou Relações Públicas, conforme acordado com o CONTRATANTE, com curso reconhecido pelo Ministério da Educação, com, no mínimo, 10 (dez) anos de atuação na área e notável conhecimento na temática a ser abordada.

4.5.2.3. Entregável: guia ou manual.

4.5.2.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do CONTRATANTE;
- c) Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE;
- d) Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação; e
- e) Confiabilidade das fontes.

4.5.2.5. Método de classificação da complexidade: não se aplica.

4.5.2.6. Complexidade: não se aplica.

4.5.2.7. **Prazo de entrega: até 60 (sessenta) dias corridos.**

4.5.3. **Monitoramento da imagem institucional em veículos de comunicação**

4.5.3.1. Descritivo: acompanhamento de forma permanente - 24 (vinte e quatro) horas, 7 (sete) dias por semana - da imagem do CONTRATANTE, assim como de temas relevantes e instituições parceiras cuja atuação tenha correlação com a imagem do CONTRATANTE e de suas temáticas em veículos de comunicação. O monitoramento deve indicar a repercussão, a reputação, a evolução de sentimento, os principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisão. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume de menções devem ser alertadas, especialmente aquelas que possam gerar crise. A análise deve identificar as razões do alto volume de menções e não conter apenas números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está com enfoque positivo ou negativo.

4.5.3.2. Entregáveis:

- a) Relatório diário de alertas, enviado para lista de contatos a ser definida pela Anatel e em horário definido pelo CONTRATANTE. Deve trazer um resumo dos fatos do dia (assuntos de maior relevância, positiva ou negativa), tendências de temas relevantes para o dia e temas com potencial para continuar na pauta (por exemplo, tema que esteja repercutindo nas redes sociais);
- b) Envio de alertas por *Whatsapp* ou outra plataforma de mensageria a ser definida pelo CONTRATANTE. Organizar uma régua de corte de crise (por volume de menções) e avaliar o que merece ou não ser alertado. Alertar também para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala, positivamente para o CONTRATANTE e seus temas de interesse ou parceiros institucionais cuja imagem se relacione diretamente com a do CONTRATANTE;
- c) Relatório mensal em arquivo de apresentação entregue até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente, com recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, positiva e negativamente, entre os itens monitorados. Deve ter conteúdo direto e objetivo, resumindo de forma clara as ocorrências do período;
- d) Relatório analítico (quantitativo e qualitativo) da forma como os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do CONTRATANTE e de suas temáticas, os atributos positivos, negativos e neutros e as principais percepções sobre sua atuação da Agência. O relatório deve ser entregue em formato digital.

4.5.3.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Precisão da classificação da sentimentalização dos alertas;
- c) Consistência, relevância e tempestividade dos alertas apresentados; e
- d) Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

4.5.3.4. Método de classificação da complexidade: quantidade de menções.

4.5.3.5. Complexidade:

a) **Baixa**: monitoramento de até 10.000 (dez mil) menções/mês. **Prazo de entrega: 5º (quinto) dia útil do mês subsequente;**

b) **Média**: monitoramento de 10.001 (dez mil e uma) a 25.000 (vinte e cinco mil) menções/mês. **Prazo de entrega: 7º (sétimo) dia útil do mês subsequente;**

c) **Alta**: monitoramento de 25.001 (vinte e cinco mil e uma) a 50.000 (cinquenta mil) menções/mês. **Prazo de entrega: 10º (décimo) dia útil do mês subsequente.**

4.6. GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO

4.6.1. Gerenciamento e atendimento

4.6.1.1. Descritivo: gerenciar, articular, documentar e compreender as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de oferecer os serviços e soluções adequados para o atendimento das demandas de comunicação, no âmbito nacional e regional. Possibilidade de desenvolvimento de atividades nas dependências do CONTRATANTE. Entre as necessidades, estão:

- a) centralizar, organizar, articular, planejar, controlar e distribuir as demandas internas e externas;
- b) gerenciar a equipe de atendimento de imprensa;
- c) acompanhar continuamente as reuniões estratégicas e os eventos institucionais, por meio de profissionais especializados;
- d) garantir a qualidade técnica da entrega e a manutenção de todos os produtos e serviços executados no contrato;
- e) planejar, elaborar e executar *briefings*, *press releases*, *press kits*, *press trips*, notas e outros conteúdos oriundos do CONTRATANTE;
- f) articular e promover entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação, de acordo com interesse do CONTRATANTE, em ambientes presenciais ou virtuais;
- g) apresentar ao CONTRATANTE, sempre que solicitado, os status das demandas e o andamento das atividades realizadas pelas equipes de atendimento;
- h) centralizar, organizar e controlar as comprovações referentes às ordens de serviço associadas ao contrato; e
- i) preparar prévia de informações pertinentes para o CONTRATANTE, como *briefings*, *papers* temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação.

4.6.1.2. Entregáveis:

- a) Relatório mensal, em formato texto e/ou apresentação, com descritivo das atividades gerenciais do acompanhamento dos principais porta-vozes pela equipe de atendimento, da articulação com o CONTRATANTE e relacionamento com envolvidos nas atividades e demandas;
- b) Relatório para ações pontuais de entregas por demanda;
- c) Arquivo, em formato planilha, com os status das atividades e demandas em andamento, com sinalização de status.

4.6.1.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cortesia no atendimento;
- b) Observância das normas de correção ortográfica e a legislação;
- c) Cumprimento do prazo;

- d) Precisão das informações; e
- e) Domínio de boas práticas de jornalismo.

4.6.1.4. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais de alta complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional sênior durante 20 (vinte) meses.

4.6.1.5. Complexidade:

a) **Alta:** 1 (um) perfil profissional de Comunicação Sênior. Deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo ou Relações Públicas, preferencialmente com especialização em cursos dessas áreas que sejam reconhecidos pelo Ministério da Educação, ou seu equivalente no exterior, e obrigatoriamente ter pelo menos 10 (dez) anos de atuação comprovada na área, com experiência em veículos da imprensa de grande circulação, assessoria de comunicação de grandes empresas ou de órgãos da Administração Pública Federal ou Estadual, preferencialmente com fluência e proficiência em Inglês. Competências envolvidas: conhecimento de ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de propostas de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implementação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com profissionais da imprensa, influenciadores e públicos de interesse no geral.

4.6.1.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.6.2. **Produção de conteúdo institucional e atendimento à imprensa nacional e regional**

4.6.2.1. Descritivo: produção de conteúdo institucional a fim de promover o relacionamento entre o CONTRATANTE e seus públicos de interesse, como veículos de comunicação nacionais e regionais, parlamentares, agentes internos, entre outros, fornecendo, de forma proativa, as informações sobre o CONTRATANTE aos formadores de opinião ou atendendo suas demandas, esclarecimentos relacionados a temas presentes na agenda do CONTRATANTE ou de seus representantes e porta-vozes. Possibilidade de desenvolvimento de atividades nas dependências do CONTRATANTE.

4.6.2.2. Inclui as seguintes atividades:

- a) Realizar os atendimentos de rotina às demandas de profissionais de comunicação e às necessidades de divulgação de informações em veículos nacionais e regionais;
- b) Promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas e promovendo as ações e a imagem institucional da Anatel junto aos veículos de imprensa;
- c) Planejar, elaborar e executar e distribuir *briefings*, *releases*, notas, *press kits* e outros conteúdos oriundos do CONTRATANTE;
- d) Articular e viabilizar entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação nacionais e regionais, de acordo com interesse do CONTRATANTE;
- e) Acompanhar as entrevistas em território nacional ou no exterior e eventos dos quais representantes e porta-vozes do CONTRATANTE participem, em ambiente interno ou externo à instituição, em ambiente presencial ou virtual;
- f) Acompanhar o cliente em eventos em que haja interesse do CONTRATANTE para atendimento à imprensa;
- g) Preparar prévia de informações pertinentes para o CONTRATANTE, como *briefings*, discursos, pontos de fala, *papers* temáticos, *factsheet* ou perfis de veículos, de formadores de opinião e demais públicos de interesse ou profissionais de comunicação;
- h) Promover encontros de representantes e porta-vozes com profissionais da imprensa nacional e regional;

- i) Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- j) Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- k) Consulta a fontes;
- l) Organização e atualização do *mailing*.

4.6.2.3. Entregáveis:

- a) Relatório sucinto contendo as principais informações sobre o atendimento realizado;
- b) Relatório mensal, em formato planilha, contendo dados completos e seguintes itens relacionados ao atendimento: data, nome do profissional de comunicação atendido/contactado, veículo, estado/país, retransmissão/assunto, conteúdo da demanda/pauta, resposta/encaminhamento e *link* da publicação (se for o caso).

4.6.2.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cortesia no atendimento;
- b) Observância das normas de correção ortográfica e a legislação;
- c) Cumprimento do prazo;
- d) Precisão das informações; e
- e) Domínio de boas práticas de jornalismo.

4.6.2.5. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais dedicados ao atendimento e realização dos relatórios.

- a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 40 (quarenta) relatórios mensais de média complexidade devem ser elaborados por 2 (dois) profissionais plenos durante 20 (vinte) meses; e, ainda, 20 (vinte) relatórios mensais de alta complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional sênior durante 20 (vinte) meses.

4.6.2.6. Complexidade:

- a) **Média:** 1 (um) perfil profissional de Comunicação Pleno – deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, em curso reconhecido pelo Ministério da Educação, com, no mínimo, 5 (cinco) anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de *softwares* usados para geração de *mailing* e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de Inglês.
- b) **Alta:** 1 (um) perfil profissional de Comunicação Sênior – deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, em curso reconhecido pelo Ministério da Educação, com, no mínimo, 10 (dez) anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional ou ter atuado em nível de gerência ou de coordenação em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em gestão de atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, definição de divulgações e atividades de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Preferencialmente que tenha domínio do idioma Inglês.

4.6.2.7. Prazo de entrega: execução continuada mensal.

4.6.3. Media Training

- 4.6.3.1. Descritivo: serviço de preparação de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das

diferentes mídias, orientações e procedimentos para contato adequado com os jornalistas, exercícios práticos - simulação de entrevistas, avaliação das posturas dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravações de vídeos e áudio, análise de performance e relatórios com definição de responsabilidade e grau de autonomia para cada assunto.

4.6.3.2. Entregável: relatório contendo informações sobre participantes, mídia com gravação do serviço e avaliação individual do desempenho de cada um dos participantes.

4.6.3.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Desempenho dos instrutores;
- c) Relevância das informações repassadas;
- d) Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no serviço prestado com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE; e
- e) Avaliação dos participantes.

4.6.3.4. Método de classificação da complexidade: quantidade de participantes, carga horária mínima, especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais) e das situações abordadas (coletiva, entrevista exclusiva, debate, entre outros).

4.6.3.5. Complexidade:

- a) **Baixa:** preparação de até 5 (cinco) porta-vozes, contendo na programação 1 (uma) oficina de TV, 1 (uma) oficina de rádio, 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária de até 4 (quatro) horas. **Prazo de entrega: relatório em até 5 (cinco) dias úteis após o serviço prestado;**
- b) **Média:** preparação de 6 (seis) a 20 (vinte) porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 (uma) oficina de TV, 1 (uma) oficina de rádio, 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária de até 6 (seis) horas. **Prazo de entrega: relatório em até 7 (sete) dias úteis após o serviço prestado;**
- c) **Alta:** preparação de 21 (vinte e um) a 40 (quarenta) porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 (uma) oficina de TV, 1 (uma) oficina de rádio, 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 (oito) horas. **Prazo de entrega: relatório em até 10 (dez) dias úteis após o serviço prestado.**

4.6.4. **Media Training à distância**

4.6.4.1. Descritivo: serviço de preparação de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das diferentes mídias, orientações e procedimentos para contato adequado com os jornalistas, exercícios práticos - simulação de entrevistas, avaliação das posturas dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravações de vídeos e áudio, análise de performance e relatórios com definição de responsabilidade e grau de autonomia para cada assunto. Poderão ser utilizadas plataformas como *Microsoft Teams*, *Google Meet* ou similares.

4.6.4.2. Entregáveis:

- a) Planejamento e estruturação do *media training*;
- b) Relatório contendo informações sobre participantes, mídia com gravação do serviço e avaliação individual do desempenho de cada um dos participantes.

4.6.4.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Desempenho dos instrutores;
- c) Relevância das informações repassadas;
- d) Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no serviço prestado com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE; e
- e) Avaliação dos participantes.

4.6.4.4. Método de classificação da complexidade: quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais) e das situações abordadas (coletiva, entrevista exclusiva, debate, entre outros).

4.6.4.5. Complexidade:

a) **Baixa:** preparação de até 5 (cinco) porta-vozes para os meios TV, impresso, *on-line*, rádio e mídias sociais. Carga horária de até 3 (três) horas.

a.1) **Prazo de entrega planejamento: em até 20 (vinte) dias úteis antes do serviço ser prestado;**

a.2) **Prazo de entrega relatório: em até 7 (sete) dias úteis após o serviço prestado.**

b) **Média:** preparação à distância de 6 (seis) até 20 (vinte) porta-vozes para os meios TV, impresso, *on-line*, rádio e mídias sociais. Carga horária de até 6 (seis) horas.

b.1) **Prazo de entrega planejamento: em até 20 (vinte) dias úteis antes do serviço ser prestado;**

b.2) **Prazo de entrega relatório: em até 10 (dez) dias úteis após o serviço prestado.**

c) **Alta:** preparação à distância de 21 (vinte e um) até 40 (quarenta) porta-vozes para os meios TV, impresso, *on-line*, rádio e mídias sociais. Carga horária de até 8 (oito) horas.

c.1) **Prazo de entrega planejamento: em até 20 (vinte) dias úteis antes do serviço ser prestado;**

c.2) **Prazo de entrega relatório: em até 15 (quinze) dias úteis após o serviço prestado.**

4.6.5. **Media Training em situação de crise**

4.6.5.1. Descritivo: serviço de preparação de porta-voz(es) para relacionamento com a imprensa em situação de crises. A atividade deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas da crise em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o serviço - serão colocados em prática e revistos em simulações de entrevistas devidamente documentadas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos executivos, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo acompanhamento de fonoaudiólogo.

4.6.5.2. Entregáveis: relatório contendo informações sobre participantes, mídia com gravação do serviço prestado e avaliação individual do desempenho de cada um dos participantes.

4.6.5.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Desempenho dos instrutores;
- c) Relevância das informações repassadas;

d) Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no serviço prestado com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE; e

e) Avaliação dos participantes.

4.6.5.4. Método de classificação da complexidade: quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais) e das situações abordadas (coletiva, entrevista exclusiva, debate, entre outros).

4.6.5.5. Complexidade:

a) **Baixa:** preparação de 1 (um) porta-voz contendo na programação 1 (uma) oficina de TV; 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária de até 4 (quatro) horas. **Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis após o serviço prestado;**

b) **Média:** preparação de 2 (dois) a 4 (quatro) porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 (uma) oficina de rádio, 1 (uma) oficina de TV, 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária mínima de 4 (quatro) horas e máxima de 6 (seis) horas. **Prazo de entrega: até 4 (quatro) dias úteis após o serviço prestado;**

c) **Alta:** preparação de 5 (cinco) porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 (uma) oficina de TV, 1 (uma) oficina de rádio, 1 (uma) oficina de impressos, 1 (uma) oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em questão, com acompanhamento de 1 (um) fonoaudiólogo. Carga horária mínima de 4 (quatro) horas e máxima de 6 (seis) horas. **Prazo de entrega: até 7 (sete) dias úteis após o serviço prestado.**

4.6.6. **Entrevista coletiva presencial**

4.6.6.1. Descritivo: planejamento, organização, realização e acompanhamento de entrevista coletiva em território nacional para porta-vozes junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. A infraestrutura para realização da coletiva, quando necessária, deverá ser providenciada como produto complementar.

4.6.6.2. Inclui as seguintes atividades:

- a) Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE;
- b) Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues (*press kit*);
- c) Preparação e acompanhamento dos porta-vozes;
- d) Seleção de convidados e envio de convites;
- e) Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes;
- f) Averiguação do local de realização do encontro;
- g) Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro); e
- h) Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

4.6.6.3. Entregáveis:

- a) *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva; e
- b) Relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

4.6.6.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas;
- c) Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea; e
- d) Avaliação dos participantes.

4.6.6.5. Método de classificação da complexidade: quantidade de jornalistas convidados.

4.6.6.6. Complexidade:

- a) **Baixa:** até 10 (dez) jornalistas convidados para coletiva. **Prazo de entrega: 2 (dois) dias;**
- b) **Média:** de 11 (onze) a 35 (trinta e cinco) jornalistas convidados para coletiva, com antecedência de até 2 (dois) dias. **Prazo de entrega: 2 (dois) dias;** e
- c) **Alta:** até 50 (cinquenta) jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 2 (dois) dias. **Prazo de entrega: 2 (dois) dias.**

4.6.7. **Entrevista coletiva por videoconferência**

4.6.7.1. Descritivo: planejamento, organização, realização e acompanhamento de entrevista coletiva em território nacional para porta-vozes junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. A infraestrutura para realização da coletiva, quando necessário, deverá ser providenciada como produto complementar.

4.6.7.2. Inclui as seguintes atividades:

- a) Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE;
- b) Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues (*press kit*);
- c) Preparação e acompanhamento dos porta-vozes;
- d) Seleção de convidados e envio de convites;
- e) Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes;
- f) Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro); e
- g) Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

4.6.7.3. Entregáveis:

- a) *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva; e
- b) Relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

4.6.7.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adequação dos influenciadores indicados em relação ao tema do evento; e
- c) Avaliação dos participantes.

4.6.7.5. Método de classificação da complexidade: quantidade de jornalistas convidados.

4.6.7.6. Complexidade:

- a) **Baixa:** até 35 (trinta e cinco) jornalistas presentes na coletiva. **Prazo de entrega: 1 (um) dia;**

b) **Média:** de 36 (trinta e seis) a 50 (cinquenta) jornalistas presentes na coletiva, com antecedência de até 2 (dois) dias. **Prazo de entrega: 1 (um) dia;** e

c) **Alta:** mais de 50 (cinquenta) jornalistas presentes na coletiva, com antecedência de até 2 (dois) dias. **Prazo de entrega: 1 (um) dia.**

4.7. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

4.7.1. **Produção de conteúdo textual em Língua Portuguesa**

4.7.1.1. Descritivo: gerenciar, conceituar, criar, editar e revisar conteúdos escritos. Os conteúdos podem ser destinados a peças informativas, de acordo com as necessidades do CONTRATANTE e podem incluir, entre outros, textos para materiais de divulgação, informativos, roteiros, postagens e legendas para redes sociais, e-mails *marketing*, textos para *banners*, conteúdo textual de apresentações, conteúdo para infográficos, *newsletters* e outros conteúdos institucionais. As tarefas incluirão: compreender e interpretar *briefings*; conceituar, criar e apresentar textos criativos e/ou factuais; garantir que o tom, estilo e mensagem dos textos estejam alinhados com a estratégia de comunicação do CONTRATANTE; revisar e editar textos conforme necessário. Possibilidade de desenvolvimento de atividades nas dependências do CONTRATANTE.

4.7.1.2. Entregáveis: relatório mensal, em formato texto e/ou apresentação, com descritivo das atividades de redação criativa; arquivo, em formato planilha, com os status das atividades e demandas em andamento, com sinalização de status.

4.7.1.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade da redação (clareza, criatividade, persuasão, adequação ao *briefing*);
- c) Consistência com o tom e estilo da marca;
- d) Adequação do texto ao público e mídia alvo;
- e) Precisão das informações (veracidade, confiabilidade, originalidade, consistência factual);
- f) Precisão gramatical (ortografia, gramática, sintaxe e semântica, concordância, regência, tempos verbais, coerência e coesão, estilo e clareza); e
- g) Cumprimento de normas técnicas e legislação pertinentes ao material produzido.

4.7.1.4. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais de alta complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional sênior durante 20 (vinte) meses.

4.7.1.5. Complexidade:

a) **Alta:** 1 (um) perfil profissional de Redator Sênior - com pelo menos 10 (dez) anos de experiência na área de redação criativa. Habilidade para liderar projetos complexos e excelente conhecimento técnico. Competências envolvidas: excelente habilidade de redação, capacidade de conceituar, criar e revisar textos criativos; habilidade para interpretar *briefings* e adaptar a mensagem para diferentes formatos e mídias; compreensão das tendências e técnicas de redação criativa.

4.7.1.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.7.2. **Design Gráfico**

4.7.2.1. Descritivo: gerenciar, conceituar, criar e revisar materiais visuais de comunicação institucional, como artes gráficas, criação de conteúdo visual, ilustrações, diagramação de documentos, *design* de *banners*, cartazes, *folders*, cartilhas, adesivos, personalização de papelaria, desenvolvimento de sinalização visual, criação de logotipos e

identidades visuais, produção de infográficos, desenvolvimento de materiais para apresentações, *design* de *newsletters* e e-mails *marketing*, de acordo com as necessidades do CONTRATANTE. As tarefas incluirão: compreender e interpretar *briefings*; conceituar, criar e apresentar projetos gráficos; criar arte final, adaptar *designs* para diferentes formatos e mídias; fornecer arquivos de arte em formatos adequados; acompanhar e garantir a qualidade técnica dos produtos gráficos impressos ou digitais em todas as suas etapas. Possibilidade de desenvolvimento de atividades nas dependências do CONTRATANTE.

4.7.2.2. Entregáveis: relatório mensal, em formato texto e/ou apresentação, com descritivo das atividades de criação de *design*, incluindo o processo de concepção, revisão e finalização; arquivo, em formato planilha, com os status das atividades e demandas em andamento, com sinalização de status.

4.7.2.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento dos prazos;
- b) Adequação ao *briefing*;
- c) Consistência com a identidade visual da marca e diretrizes de estilo;
- d) Direcionamento e adequação ao público-alvo e mídia;
- e) Legibilidade, usabilidade e acessibilidade dos elementos de *design*;
- f) Precisão técnica e composição visual;
- g) Organização e gestão de arquivos de projeto;
- h) Atenção aos detalhes (ortografia, gramática e pontuação);
- i) Capacidade de resolução de problemas; e
- j) Cumprimento de normas técnicas e legislação pertinentes ao material produzido.

4.7.2.4. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

- a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais de média complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional pleno durante 20 (vinte) meses; e, ainda, 20 (vinte) relatórios mensais de alta complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional sênior durante 20 (vinte) meses.

4.7.2.5. Complexidade:

- a) **Média:** perfil profissional de *Designer* Pleno - com pelo menos 5 (cinco) anos de experiência na área de *design* gráfico. Deve ter habilidade para trabalhar em diferentes tipos de projetos e com diferentes mídias. Desejável formação em Comunicação Social, *Design* Gráfico, Desenho Industrial, *Design* de Mídia Digital ou outras titulações de nível superior ou tecnólogo, compatíveis com as atribuições;
- b) **Alta:** perfil profissional de *Designer* Sênior - com pelo menos 10 (dez) anos de experiência na área de *design* gráfico. Deve ter experiência em liderança e capacidade de trabalhar em projetos complexos, além de excelente conhecimento técnico. Desejável formação em Comunicação Social, *Design* Gráfico, Desenho Industrial, *Design* de Mídia Digital ou outras titulações de nível superior ou tecnólogo, compatíveis com as atribuições.

4.7.2.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.7.3. **Captação de imagens e sons**

4.7.3.1. Descritivo: cobertura fotográfica, em vídeo e/ou em áudio de eventos, agendas de porta-vozes, entrevistas, depoimentos, apresentações, ações e outras atividades relacionadas à atividade do CONTRATANTE. As atividades podem ocorrer tanto nas dependências do CONTRATANTE quanto em locais externos, conforme demanda. O

CONTRATADO será responsável pela disponibilização dos equipamentos necessários para a execução das atividades. As tarefas incluirão: compreender e interpretar *briefings*; planejar e executar a captação de imagens e sons; realizar edições básicas e tratamento no material capturado, se necessário; fornecer arquivos em formatos adequados; acompanhar e garantir a qualidade técnica dos produtos entregues.

4.7.3.2. Entregáveis: relatório mensal com descrição de todo material produzido, além de arquivos digitais das fotos, vídeos e áudios, em alta resolução. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem. A entrega das imagens e sons deverá ser feita por meio da disponibilização instantânea dos arquivos digitais finais em plataformas *on-line* do órgão (como *Flickr*, *Google Drive* ou outro tipo de repositório digital) e/ou inseridas em meios digitais (*cloud*, HDs, pastas internas), seguindo orientação do CONTRATANTE.

4.7.3.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade técnica (clareza, composição, iluminação, enquadramento, balanceamento de cores, estabilidade, foco, fluidez, qualidade sonora, entre outros);
- c) Adequação ao *briefing*;
- d) Capacidade de organização e hierarquização do conteúdo armazenado; e
- e) Cumprimento de normas técnicas e legislação pertinentes ao material produzido.

4.7.3.4. Método de classificação da Complexidade: por perfis profissionais.

- a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais de média complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional pleno durante 20 (vinte) meses.

4.7.3.5. Complexidade:

- a) **Média:** 1 (um) perfil profissional de Captador de Imagens Pleno - com pelo menos 5 (cinco) anos de experiência na área de captação de imagens estáticas e em movimento e de sons. Capacidade para trabalhar em diferentes tipos de projetos e ambientes.

4.7.3.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.7.4. **Edição e produção audiovisual**

4.7.4.1. Descritivo: gerenciar, conceituar, criar, editar e revisar conteúdos audiovisuais, de acordo com as necessidades do CONTRATANTE. Os materiais podem englobar vídeos institucionais, registros de eventos, peças educativas, depoimentos, vídeos explicativos, animações gráficas e efeitos visuais. Além disso, a edição de áudios, entrevistas, narrações, sonoplastias, narrações e trilhas sonoras também fazem parte do escopo. As tarefas incluirão: compreender e interpretar *briefings*; conceituar, criar e apresentar projetos audiovisuais; fornecer arquivos em formatos adequados; acompanhar e garantir a qualidade técnica de produções. O CONTRATADO será responsável pela disponibilização dos equipamentos necessários para a execução das atividades. Possibilidade de desenvolvimento de atividades nas dependências do CONTRATANTE.

4.7.4.2. Competências envolvidas: domínio das ferramentas de produção e edição audiovisual e habilidades para conceituar, criar e revisar materiais audiovisuais; habilidade para interpretar *briefings* e adaptar projetos para diferentes formatos e mídias; capacidade de articular com outras partes interessadas para completar projetos designados.

4.7.4.3. Entregáveis: materiais audiovisuais criados e revisados; relatório mensal, em formato texto e/ou apresentação, com descritivo das atividades de criação e edição audiovisual, incluindo o processo de concepção, gravação, edição e finalização; arquivo, em formato planilha, com os status das atividades e demandas em andamento, com sinalização de status.

4.7.4.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade da concepção visual e sonora (adequação ao *briefing*, criatividade, inovação);
- c) Adequação do material ao público e mídia alvo;
- d) Usabilidade e legibilidade dos elementos visuais e sonoros;
- e) Precisão técnica (resolução, iluminação, qualidade do áudio, sincronização);
- f) Organização dos arquivos (nomenclaturas, pastas, limpeza do editáveis); e
- g) Cumprimento de normas técnicas e legislação pertinentes ao material produzido.

4.7.4.5. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

- a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais de média complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional pleno durante 20 (vinte) meses; e, ainda, 20 (vinte) relatórios mensais de alta complexidade devem ser elaborados por 1 (um) profissional sênior durante 20 (vinte) meses.

4.7.4.6. Complexidade:

- a) **Média:** 1 (um) perfil profissional de Audiovisual Pleno – com pelo menos 5 (cinco) anos de experiência na área de produção/edição audiovisual. Deve ter habilidade para trabalhar em diferentes tipos de projetos e com diferentes formatos e mídias. Deve dominar, no mínimo, ferramentas de edição (como *Premiere Pro*), animação 2D (como *After Effects*), tratamento de áudio (como *Audition*). Deve conhecer princípios e técnicas de captação, enquadramento direção de arte. Desejável: conhecimentos em ferramentas de *design bitmap* e vetorial (como *Photoshop* e *Illustrator*);
- b) **Alta:** 1 (um) perfil profissional de Produtor Audiovisual Sênior – com pelo menos 10 (dez) anos de experiência na área de produção audiovisual. Deve ter experiência em liderança de projetos complexos e excelente conhecimento técnico. Deve dominar, no mínimo, ferramentas de edição (como *Premiere Pro*), animação 2D (como *After Effects*), tratamento de áudio (como *Audition*), ferramentas de design (como *Photoshop* e *Illustrator*) e as etapas de animação 3D (modelagem, iluminação *rigging*, composição, animação, entre outros). Deve conhecer princípios e técnicas de captação, enquadramento direção de arte.

4.7.4.7. Prazo de entrega: execução continuada mensal.

4.7.5. Serviço de apresentação em vídeo

4.7.5.1. Descritivo: apresentador/porta-voz em vídeo envolve a atuação de profissional como o rosto e a voz do CONTRATANTE, apresentando, explicando e adaptando conteúdos para o formato de vídeo, conforme as necessidades do CONTRATANTE. Esses conteúdos podem ser, entre outros, notícias, *releases*, convites chamamentos ou resumos finais de eventos, apresentações educativas, peças de comunicação e outras formas de comunicação audiovisual. Os vídeos poderão ser usados em diferentes plataformas institucionais. As atividades podem ser realizadas em modalidade remota, nas dependências do CONTRATANTE ou em locais externos designados pelo CONTRATANTE. Os conteúdos, quando captados pelo próprio porta-voz, devem atender a critérios técnicos de qualidade, como com a utilização de dispositivo com alta qualidade de gravação (*smartphones* e acessórios, por exemplo) e preferencialmente com microfones externos. As gravações devem ser realizadas em locais bem iluminados, com fundo neutro ou de acordo com o *briefing*, e em ambiente silencioso. As tarefas incluirão: compreender e interpretar *briefings*; elaborar, editar ou adaptar textos ao formato de apresentação falada em vídeo. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

4.7.5.2. Entregáveis: relatório mensal das atividades executadas em formato de texto, planilha ou apresentação, incluindo detalhes da preparação, gravação e entrega de cada vídeo, além dos próprios vídeos finalizados em formatos adequados.

4.7.5.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Clareza, fluência e eloquência na comunicação;
- c) Adequação da apresentação ao *briefing*;
- d) Precisão das informações;
- e) Capacidade de adaptação a diferentes contextos e demandas; e
- f) Qualidade técnica das gravações, como iluminação, som, enquadramento.

4.7.5.4. Método de classificação da Complexidade: por perfis profissionais.

a) **Observação:** cada perfil equivale a 1 (um) profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais padrão devem ser elaborados por 1 (um) profissional durante 20 (vinte) meses.

4.7.5.5. Complexidade:

a) **Padrão:** apresentador Profissional (jornalista, modelo, produtor de conteúdo digital ou ator, conforme solicitação do CONTRATANTE) - profissional com comprovada experiência em apresentação de vídeos, com habilidades para atuar em diversos contextos, adaptar-se a diferentes demandas e trabalhar com roteiros de diferentes níveis de complexidade. O profissional não deve ter sua imagem associada a polêmicas, controvérsias ou condutas negativas/ilegais, sendo necessária a aprovação prévia do(a) apresentador(a) pelo CONTRATANTE.

4.7.5.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.7.6. **Adequação de acessibilidade em LIBRAS para vídeos**

4.7.6.1. Descrição: prestação de serviço de adequação de acessibilidade com foco na inclusão de LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) em materiais audiovisuais do CONTRATANTE. Os materiais a serem adaptados podem ser vídeos institucionais, depoimentos, vídeos explicativos, animações gráficas e outros produtos audiovisuais. O responsável pela realização do serviço deve ser capaz de analisar o conteúdo recebido, compreender as informações, adaptar, traduzir e interpretar a mensagem em Língua Brasileira de Sinais. A captação da interpretação poderá se dar de forma remota – podendo ser realizada pelo intérprete, com câmera de boa qualidade e em ambiente apropriado, com fundo verde (*chroma key*) e boa iluminação, ou, excepcionalmente, de modo presencial, nas dependências do contratado. O serviço deve ser prestado por profissionais qualificados, com curso superior de bacharelado ou licenciatura em Letras/LIBRAS ou certificado de proficiência equivalente e experiência na área.

4.7.6.2. Entregável: relatório mensal, em formato texto, planilha e/ou apresentação, com descritivo das atividades executadas no mês e *status* das atividades e demandas em andamento.

4.7.6.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento dos prazos;
- b) Adequação e precisão técnica da interpretação em LIBRAS;
- c) Qualidade técnica da captação (iluminação, nitidez, cores, enquadramento);
- d) Adequação ao *briefing*; e
- e) Observância das práticas recomendadas de acessibilidade.

4.7.6.4. Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

a) **Observação:** cada perfil equivale a um profissional. Dessa forma, na tabela de quantidades estimadas, 20 (vinte) relatórios mensais padrão devem ser elaborados por 1 (um) profissional durante 20 (vinte) meses.

4.7.6.5. Complexidade: padrão. Intérprete de LIBRAS qualificado, com curso superior de bacharelado ou licenciatura em Letras/LIBRAS ou certificado de proficiência equivalente e experiência na área.

4.7.6.6. **Prazo de entrega: execução continuada mensal.**

4.7.7. **Locução ou dublagem em idioma estrangeiro (Inglês e Espanhol)**

4.7.7.1. Descrição: serviço realizado por profissional '*native speaker*' ou com proficiência comprovada. Para locução e dublagem em idioma estrangeiro sobre tema específico para promoção das ações e programas do CONTRATANTE junto a públicos de interesse estrangeiros. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro enviado pelo CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral.

4.7.7.2. Entregável: arquivo em formato de mídia, conteúdo no idioma determinado.

4.7.7.3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade técnica e material (nitidez, volume e sem ruídos);
- c) Adequação ao roteiro/*briefing*;
- d) Fluência e fidelidade ao idioma;
- e) Fluidez da fala (clareza de pronúncia, sem hesitações, tropeços ou pausas desnecessárias); e
- f) Precisão gramatical.

4.7.7.4. Método de classificação da complexidade: duração em minutos.

4.7.7.5. Complexidade:

- a) **Baixa:** locução ou dublagem no idioma determinado. Até 90 (noventa) segundos. **Prazo de entrega: até 24 (vinte e quatro) horas, de acordo com urgência da divulgação do tema;**
- b) **Média:** locução ou dublagem no idioma determinado. Entre 91 (noventa e um) segundos até 5 (cinco) minutos. **Prazo de entrega: até 2 (dois) dias consecutivos, de acordo com a urgência da divulgação do tema;**
- c) **Alta:** locução ou dublagem no idioma determinado. De 5 (cinco) a 10 (dez) minutos. **Prazo de entrega: até 4 (quatro) dias consecutivos, de acordo com a urgência da divulgação do tema.**

4.8. **Natureza do serviço**

4.8.1. Os serviços a serem contratados deverão ser prestados de forma contínua, visto que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

4.9. **Crítérios e práticas de sustentabilidade**

4.9.1. Em consulta ao Manual Prático de Licitações Sustentáveis da Anatel e ao Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da AGU (https://www.gov.br/agu/pt-br/composicao/cgu/cgu/guias/gncs_082022.pdf), não foram encontrados critérios de sustentabilidade aplicáveis a esta contratação.

4.10. Avaliação da duração inicial do contrato

4.10.1. O contrato decorrente deste processo terá duração de **20 (vinte) meses**, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 10 (dez) anos, na forma dos [arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021](#), desde que haja interesse de ambas as partes.

4.10.2. Não há, na legislação vigente, obrigatoriedade de que o prazo inicial de um contrato continuado seja fixado inicialmente em 12 (doze) meses. Na falta de obrigação legal pode a administração optar por prazo diverso e a adoção do período de 20 (vinte) meses, passível de prorrogação por iguais períodos até o limite de 10 (dez) anos, é juridicamente possível.

4.10.3. Muitas vezes, o que ocorre é que a renovação dos contratos de execução continuada, como os de limpeza, copeiragem, vigilância, locação de veículos etc. não têm o condão de obter condições mais vantajosas para a administração, vez que as empresas contratadas por 12 (doze) meses se negam a oferecer melhores preços frente à forte expectativa de renovação do acordo. Isto porque, caso a Administração não renove o contrato, terá sérios problemas para ultimar nova licitação em prazo bastante exíguo, recorrendo, via de regra, à dispensa de licitação por emergência (art. 75, VIII, da [Lei nº 14.133/2021](#)). Conforme se depreende, portanto, o poder público resta com reduzida capacidade de negociação.

4.10.4. Neste diapasão, a interpretação dos arts. 105 e 106 da [Lei nº 14.133/2021](#), que possibilitaria um melhor cumprimento do princípio da "supremacia constitucional", é no sentido de que a contratação de prestações contínuas poderá ser feita por período superior a 1 (um) ano, limitada ao prazo total de 60 (sessenta) meses. Agindo desta forma, a Administração poderia, sem sombra de dúvidas, realizar negócios mais vantajosos, por menores preços, resguardando a um só tempo a continuidade dos serviços públicos, a eficiência administrativa e a economicidade.

4.10.5. O contrato mais longo propicia uma maior diluição dos custos iniciais de contratação, de forma que a proponente pode melhorar sua margem mensal de retorno e repassar à administração um preço mais competitivo, ante uma contratação de 12 (doze) meses. Ora, um maior período inicial permite que o contratado possa melhor amortizar seus custos iniciais e fazer proposta mais vantajosa. Não obstante, vislumbra-se a possibilidade de uma parceria mais duradoura, com maior estabilidade, que resulta em benefícios econômicos e operacionais para o órgão CONTRATANTE.

4.10.6. Considerando as vantagens operacionais (realizar menos processos de prorrogação e, assim, obter maior eficiência dos recursos humanos da Anatel) e econômicas (possibilidade de redução dos custos mensais devido ao maior prazo para diluir o investimento inicial) para a Anatel e, ainda, considerando que não há óbice legal, optamos pela formalização do contrato com vigência de 20 (vinte) meses.

4.11. Riscos relacionados à não celebração do contrato

4.11.1. Redução da capacidade da Anatel no atendimento das demandas internas e externas de comunicação, bem como o enfraquecimento das iniciativas de comunicação já existentes.

4.12. Necessidade de transição contratual

4.12.1. A transferência de conhecimento objetiva a internalização da *expertise* relacionada à execução dos produtos entregues e serviços realizados pela empresa vencedora da licitação, de forma que essas atividades não sejam interrompidas e possam continuar a ser exercidas com autonomia.

4.12.2. A cada entrega de produtos/serviços demandados, a empresa contratada deverá apresentar à Anatel toda a documentação necessária à transferência de conhecimento e técnicas empregadas contendo, além dos dispostos nas especificações, no mínimo:

- a) As fontes utilizadas;
- b) Os pacotes de arquivos com *links*; e,
- c) Os arquivos editáveis.

4.12.3. A entrega de modelos e bases de dados, da documentação correlata, bem como de artefatos e produtos gerados ao longo do período contratual solicitado deverá ser acompanhada de esclarecimentos completos sobre o material disponibilizado.

4.12.4. O fato de a empresa contratada não cooperar ou reter qualquer informação ou dado solicitado pela Anatel que venha a prejudicar, de alguma forma, o andamento da transição contratual, constituirá em inexecução parcial do contrato, sujeitando a empresa às obrigações em relação a todos os danos causados à Agência e, também, às sanções previstas no contrato e à legislação vigente.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. Para o atendimento da demanda especificada, foram levantadas as seguintes alternativas:

5.1.1. **Alternativa 1:** prestação dos serviços por servidores da Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social - APC.

5.1.1.1. Descrição: a APC, por meio de seu quadro técnico (servidores), executa os serviços referentes às demandas de comunicação da Agência.

5.1.1.2. Ponto positivo:

I - Maior agilidade, qualidade e precisão no atendimento das demandas de comunicação da Anatel.

5.1.1.3. Pontos negativos:

I - Necessidade de aumento do número de servidores da APC;

II - Necessidade de investimento em equipamentos aptos ao atendimento das demandas gráficas; e

III - Necessidade de capacitações técnicas específicas dos servidores lotados na Assessoria.

5.1.2. **Alternativa 2:** contratação de empresa para prestação de serviços de comunicação institucional.

5.1.2.1. Descrição: a contratação da empresa é realizada por meio de licitação para a prestação dos serviços de comunicação institucional, com todos os custos associados agregados (uso de equipamentos e execução dos serviços).

5.1.2.2. Pontos positivos:

I - Os equipamentos e *expertise* são do contratado, sendo utilizados somente na realização do serviço demandado, desonerando a Administração;

II - A operação do serviço é realizada por profissional da própria empresa que fornece os equipamentos, em requisições por demandas (de comunicação institucional), sem a necessidade de alocação permanente dos profissionais ou realização de fiscalização trabalhista;

III - Essa forma de contratação é comumente realizada por órgãos e entidades do Poder Executivo federal, como por exemplo: Ministério da Cidadania (Contrato nº 19/2022); Ministério das Comunicações (Contrato nº 38/2022); Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC (Contratos nº 2 e 3/2020); e Agência Nacional do Petróleo (Contrato nº 1.017/2019). Nesses contratos foram encontrados elementos similares à presente contratação, os quais possibilitaram o aprimoramento da tabela de produtos e serviços objeto da contratação em estudo.

5.1.2.3. Ponto negativo:

I - Custo administrativo: demora na instrução processual devido à complexidade da contratação.

5.2. Da consulta ou audiência pública

5.2.1. A consulta ou audiência pública foi dispensada pelo fato de o objeto ser comumente contratado por demais órgãos públicos, seus requisitos serem comuns e a demanda ser amplamente conhecida pelo mercado.

5.3. **Justificativa da alternativa escolhida:**

5.3.1. A escolhida é a **Alternativa 2**, qual seja, a contratação de empresa para prestação de serviços de comunicação institucional.

5.3.2. As principais características do modelo proposto são:

- 5.3.2.1. Avaliação da percepção de imagem;
- 5.3.2.2. Levantamento de mapa de influenciadores;
- 5.3.2.3. Produção de conteúdo multimídia;
- 5.3.2.4. Monitoramento de conteúdo;
- 5.3.2.5. Elaboração, revisão e edição de texto em Língua Portuguesa;
- 5.3.2.6. Produção e edição de vídeos;
- 5.3.2.7. Elaboração de projeto gráfico;
- 5.3.2.8. Diagramação/editoração de publicações;
- 5.3.2.9. Desenvolvimento de infográficos estáticos e/ou impressos;
- 5.3.2.10. Desenvolvimento de infográficos dinâmicos e/ou interativos;
- 5.3.2.11. Elaboração de projeto de identidade visual;
- 5.3.2.12. Menor participação dos servidores da Agência, cuja função é concentrada na fiscalização da qualidade do serviço, liberando-o para atuar em outras atividades finalísticas; e
- 5.3.2.13. A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados do CONTRATADO e o CONTRATANTE, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

5.4. **Enquadramento do serviço a ser contratado**

5.4.1. A comunicação institucional é a prática de transmitir de forma clara e eficaz a identidade, a missão e os valores da instituição, visando construir uma imagem coerente e confiável junto aos seus públicos. Este é um conceito dinâmico e estratégico, que se adapta às mudanças e aos desafios do ambiente em que a instituição está inserida.

5.4.2. A Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, aplicável às entidades do Poder Executivo Federal, assim dispõe acerca dos serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021. Por opção do legislador, a contratação dos serviços de comunicação por parte do Poder Público segue regras especiais da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e gerais de licitação e de contratos vigentes, sendo a Lei nº 14.133/2021:

(...)

Art. 2º A aplicação desta Instrução Normativa, em relação às licitações e contratos de serviços de comunicação, considerará o objeto da contratação e a natureza jurídica do órgão ou entidade contratante, nos seguintes casos:

(...)

c) para serviços de comunicação institucional e serviços de comunicação digital, aplicam-se os artigos 20-A e 20-B da Lei nº 12.232, de 2010, em conjunto com a Lei nº 14.133, de 2021, bem como as boas práticas estabelecidas no Acórdão nº 6.227/2016, da Segunda Câmara do Tribunal de Contas da União - TCU.

5.4.3. A Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, define os serviços de comunicação institucional:

Art. 20-A. **A contratação de serviços de comunicação institucional**, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao **planejamento, criação**, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e **produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional**. (grifo nosso)

5.4.4. Considerando as atividades mencionadas anteriormente, nota-se a sua natureza técnica, complexa e peculiar; assim, salvo melhor juízo, são considerados serviços especiais.

5.4.5. Nessa direção, a Lei nº 14.133/2021 trata do conceito de serviços especiais:

Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

(...)

XIV - bens e **serviços especiais**: aqueles que, **por sua alta heterogeneidade ou complexidade**, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do caput deste artigo, exigida justificativa prévia do contratante; (grifo nosso)

5.4.6. Sendo o serviço de comunicação institucional enquadrado como especial, nos termos acima, conclui-se que a licitação deve ser realizada por meio da modalidade Concorrência, conforme preceitua o art. 7º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023 e art. 6º, XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021:

Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023

(...)

Art. 7º A licitação para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será processada na modalidade concorrência.

Lei nº 14.133/2021

(...)

Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

(...)

XXXVIII - concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e **serviços especiais** e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, cujo critério de julgamento poderá ser:

(...)

b) melhor técnica ou conteúdo artístico;

c) técnica e preço;

(...) (grifo nosso)

5.4.7. A Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023 também abordou características importantes sobre os serviços de comunicação institucional:

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

§ 2º Os serviços de que trata o parágrafo anterior, devido às suas peculiaridades, são de natureza **intelectual, intangível e indivisível**. (grifo nosso)

5.4.8. Compreende-se, então, que os serviços em tela estão conceituados no art. 6º, XVIII, “a” da Lei nº 14.133/2021, como trabalhos de natureza técnica e intelectual:

Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

(...)

XVIII - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual: aqueles realizados em trabalhos relativos a:

a) **estudos técnicos, planejamentos**, projetos básicos e projetos executivos;

(...) (grifo nosso)

5.4.9. É relevante mencionar que "estudos técnicos" e "planejamentos" são classificados como trabalhos de natureza técnica:

5.4.9.1. Um estudo técnico geralmente inclui análise minuciosa de dados, avaliação de viabilidade e elaboração de relatórios técnicos, entre outras atividades. Requer conhecimento especializado em uma área específica e é fundamental para o processo de tomada de decisões;

5.4.9.2. O planejamento é a etapa em que se definem as estratégias, cronogramas e recursos necessários para a execução de um projeto. Requer habilidades técnicas, como prever problemas potenciais e estabelecer soluções, além de assegurar que cada fase do projeto seja concluída eficientemente.

5.4.9.3. Ambos são fundamentais para o sucesso de serviços complexos e demonstram a aplicação de conhecimentos técnicos especializados.

5.4.10. Em sequência, citamos as orientações quanto ao julgamento das propostas, quanto ao objeto proposto, nas normas vigentes:

Lei nº 12.232/2010

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Lei nº 14.133/2021

Art. 33. O julgamento das propostas será realizado de acordo com os seguintes critérios:

(...)

III - melhor técnica ou conteúdo artístico;

IV - técnica e preço;

(...)

Art. 35. O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores.

Parágrafo único. O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo poderá ser utilizado para a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística. (grifo nosso)

Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

(...)

Art. 186. Aplicam-se as disposições desta Lei subsidiariamente à Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, à Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004, e à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

(...)

Art. 189. Aplica-se esta Lei às hipóteses previstas na legislação que façam referência expressa à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, à Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002, e aos arts. 1º a 47-A da Lei nº 12.462, de 4 de agosto de 2011.

Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023

Art. 10. O julgamento das propostas nas licitações para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será realizado de acordo com os critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

Parágrafo único. A escolha por um dos critérios descritos no caput constitui discricionariedade do órgão ou entidade contratante, devendo ser fundamentada em conformidade com as características de cada um deles, considerando os termos da presente Instrução Normativa. (grifo nosso)

Os critérios de julgamento: “melhor técnica” e “técnica e preço”

5.4.11. A partir deste ponto, serão abordadas as características dos critérios de julgamento “melhor técnica” e “técnica e preço”, com o objetivo de selecionar a melhor opção para esta contratação, em conformidade com as diretrizes dos arts. 35 e 36 da Lei nº 14.133/2021, bem como o art. 10, caput e parágrafo único da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

5.4.12. No caso do critério de “técnica e preço”, “o julgamento (...) considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta”, consoante o art. 36 da Lei nº 14.133/2021. Já o art. 62, §1º, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, dispõe que “no julgamento por técnica e preço, serão avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica”.

5.4.13. **Em tal método, existe a possibilidade de um licitante alcançar a maior pontuação técnica, mas não oferecer o melhor preço. Similarmente, a empresa que apresentar a menor oferta pode não ser a mais qualificada para atender aos requisitos do edital. Embora a proposta com a maior média ponderada seja vista como vantajosa, isso não garante que ela tenha a melhor pontuação técnica.**

5.4.14. Nessa perspectiva, destaca-se a valiosa orientação de Camillo Giamundo em seu artigo “Critérios de julgamento na nova Lei de Licitações (artigos 33 a 39)”, (disponível no link: <https://www.conjur.com.br/2024-fev-29/criterios-de-julgamento-na-nova-lei-de-licitacoes-artigos-33-a-39/>):

Por fim, há um importante destaque da nova lei de licitações, em seu artigo 34, de que o julgamento por técnica e preço também considerará o menor dispêndio para a Administração, atendidos os parâmetros mínimos de qualidade definidos no edital de licitação.

A princípio, a leitura do dispositivo em questão e o procedimento de julgamento pelo critério técnica e preço poderia levar à confusão de conceitos: afinal, a Administração deve considerar a média ponderada das notas técnica e comercial — que nem sempre representa o menor valor proposto dentre os licitantes — ou o menor valor dentre todas as propostas de preço?

A resposta está no significado de “menor dispêndio”, que não é sinônimo de “menor preço”. Menor dispêndio é a conjunção de diversos fatores, a saber: (i) a compatibilidade com os valores de mercado — evitando-se valores inexequíveis e irrealistas —, e (ii) o atendimento a parâmetros mínimos de qualidade definidos no edital de licitação — fator este que interfere na identificação do preço e da vantajosidade da proposta —, em busca do atendimento do objetivo de menor dispêndio para a Administração.

Nem sempre um licitante que apresenta o menor preço demonstrará o melhor e mais suficiente conhecimento do objeto licitado, da metodologia e do programa de trabalho previstos, da qualificação das equipes técnicas e da relação dos produtos que serão entregues. Assim como aquele que demonstrar domínio e preponderância dos aspectos técnicos, frente aos demais licitantes, pode não lograr apresentar o melhor preço. A chave está no atendimento mais satisfatório, conforme percentuais de ponderação, do objeto licitado. (grifo nosso)

5.4.15. **Adicionalmente, ao consultar o Acórdão TCU nº 6.227/2016 - 2ª Câmara, verificou-se a manifestação técnica expedida pela SECOM/PR: “(...) as contratações na modalidade concorrência, tipo técnica e preço, com remuneração homem/hora, que costumavam ser realizadas pelos órgãos do Sicom não se mostraram satisfatórias, não apenas pelo mecanismo da remuneração, mas também pela baixa qualidade dos serviços prestados pelas contratadas”. Esclareceu, “(...) ainda que, na condição de órgão Governamental Superior da Comunicação do Poder Executivo Federal, é seu papel elaborar, continuamente, estudos e modelos, bem como modernizar os mecanismos de contratação dos serviços de comunicação no setor público”.**

5.4.16. Neste contexto, é relevante o estudo "A anomalia intrínseca da licitação do tipo técnica e preço", realizado por Fábio Luiz Moraes Reis, disponível em <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/35021/a-anomalia-intrinseca-da-licitacao-do-tipo-tecnica-e-preco>:

O agravante não está na metodologia em si mas, em duas questões secundárias não disciplinada objetivamente na Lei supra, concernindo aos pesos a serem preestabelecidos nos instrumentos convocatórios para valorização das propostas técnicas e de preços e a imprevisão de negociação caso o licitante mais bem pontuado não seja o que apresentou o melhor preço. Em primeiro lugar, presume-se que se o peso na proposta de preço representar patamar inferior a 50% da nota total a técnica é o componente mais relevante da licitação, logo, o tipo deveria ser 'melhor técnica'. Se ocorrer o inverso, a técnica não é relevante para a realização do objeto, circunstância que atrai o tipo 'menor preço'.

Feitas as deduções precedentes, somos imediatamente compelidos a imaginar que o peso das notas técnica e financeira deveriam ser sempre equivalentes, cada um representando metade da nota total possível nas licitações do tipo 'técnica e preço'. De qualquer modo, continuaríamos com riscos previsíveis de deturpações no resultado final, mormente se o licitante que ofereceu o menor preço não teve o mesmo êxito na proposta técnica. Matematicamente (ver simulações do Apêndice I), a atribuição de peso à nota técnica igual ou maior que 50% do peso da nota total possível resulta numa situação que torna comum a ocorrência de vencedor licitante que não ofereceu o melhor preço, sendo resultado esdrúxulo, anômalo e ilegítimo, porque sendo a licitação do tipo técnica e preço intermediária entre as tipologias menor preço e melhor técnica resta inadmissível àquela produzir resultado que suas matrizes descartariam.

5.4.17. Importa observar, nesse estudo, as simulações matemáticas das pontuações técnica e de preço (Apêndice I), com a finalidade de "avaliar o risco de que a estipulação de peso para a nota técnica em patamar igual ou superior a 50% do peso total atribuído para as notas técnica e financeira em licitações do tipo técnica e preço possam ensejar como vencedor licitante que não tenha ofertado o menor preço". Como resultado, o "total de hipóteses testadas" quanto às "ocorrências em que a Licitante 'A' teve a maior pontuação final" (que ofertou o menor preço), foi de apenas 4% (quatro por cento). **Portanto, o artigo evidenciou que o critério "técnica e preço", frequentemente, não resulta na seleção da proposta de melhor técnica nem na de menor preço, contrariando o princípio da vantajosidade.**

5.4.18. Embora o estudo tenha sido conduzido durante a vigência da Lei nº 8.666/1993, entendemos que a Lei nº 14.133/2021 manteve os mesmos critérios para o julgamento de "técnica e preço". Portanto, os argumentos permanecem aplicáveis à realidade atual.

5.4.19. Destaca-se, ainda, que o critério de julgamento de técnica e preço, nos casos de "serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual", deverá ser "preferencialmente empregado", e não obrigatoriamente, conforme o art. 36, §1º, I, da Lei nº 14.133/2021:

Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

5.4.20. Para a Anatel, é crucial que a contratação seja realizada com sucesso e que a execução do contrato seja bem-sucedida. O segmento de telecomunicações é conhecido por sua singular dinâmica. Trata-se de um ambiente de alta complexidade técnica que apresenta mudanças rápidas e constantes. Como exemplo, destacam-se a crescente demanda por conectividade pelas pessoas, bem como a atuação da regulação responsiva, assim como as crises frequentes nesse setor. Dessa forma, é importante destacar que as demandas por ações de comunicação, que também são complexas nesse setor, demandam alta qualidade de execução.

5.4.21. **Assim, concluiu-se que, considerando as características da Anatel, os requisitos desta contratação e foco na alta qualidade na execução dos serviços, o critério de "técnica e preço" não é apropriado para o atendimento das necessidades da Agência.**

5.4.22. A partir daqui, argumentaremos sobre o critério de julgamento "melhor técnica".

5.4.23. A Lei nº 12.232/2010 determina os serviços de publicidade e de comunicação institucional:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de **publicidade o conjunto de atividades** realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, **o planejamento**, a conceituação, a concepção, **a criação**, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, **difundir ideias ou informar o público em geral**. (grifo nosso)

(...)

Art. 20-A. A contratação de serviços de **comunicação institucional**, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei. (grifo nosso)

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos **serviços direcionados ao planejamento, criação**, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e **produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional**. (grifo nosso)

5.4.24. Conforme disposto acima, verifica-se que os serviços de comunicação institucional são compatíveis em alguns pontos com os de publicidade, principalmente quanto à presença, nos dois objetos, das atividades de planejamento, criação e produção de material de comunicação, bem como a divulgação das mensagens nos veículos de comunicação mais adequados.

5.4.25. No Acórdão TCU nº 6.227/2016 - 2ª Câmara, a SECOM/PR declarou que "(...) os serviços de comunicação digital englobam atividades predominantemente intelectuais, exigindo-se da futura contratada, diante da demanda da contratante, realizar adequadamente o planejamento das ações de comunicação, a criação e a execução das peças a serem utilizadas, com variabilidade incalculável, bem como a escolha dos canais adequados para a veiculação da mensagem".

5.4.26. Em sequência, a SECOM/PR concluiu: **"destarte, diante da predominância de atividade intelectual e criativa no objeto da contratação e, especialmente, tendo em vista a dificuldade de serem objetivamente estabelecidos, no edital, padrões de desempenho e qualidade, conclui-se que a utilização da modalidade licitatória concorrência, tipo melhor técnica, se mostra adequada para o objeto em análise"**.

5.4.27. Em voto, o relator do citado Acórdão escreve:

(...)

Mostra-se consistente a argumentação utilizada pela Selog no sentido da regularidade da adoção de concorrência, no tipo melhor técnica, para a contratação de serviços de comunicação digital.

Ocorre que os serviços de comunicação digital englobam atividades predominantemente intelectuais, que abarcam o planejamento das ações de comunicação, a criação e a execução das peças a serem utilizadas, com variabilidade incalculável, além da escolha dos canais adequados para a veiculação da mensagem.

Nesse sentido, é possível acolher a alegação da Secom/PR no sentido de que os serviços de comunicação digital se assemelham em diversos pontos aos serviços de publicidade, notadamente quanto à existência, nas duas modalidades, de planejamento, criação e confecção de material, além da escolha do veículo para a divulgação da mensagem, diferindo destes, essencialmente, em virtude do canal de divulgação utilizado: veículos de comunicação de massa ou internet.

(...)

Tendo, portanto, como razoável a premissa de que os serviços de comunicação digital se assemelham aos serviços de publicidade e propaganda, e a de que a predominância do caráter intelectual e criativo na execução dessas atividades afasta o seu enquadramento na definição de serviços comuns estabelecida pela lei, mostra-se razoável a conclusão de que a modalidade de licitação a ser utilizada na contratação dos aludidos serviços de comunicação digital deve guardar correspondência com a modalidade de licitação utilizada para as contratações dos serviços de publicidade e propaganda, **de sorte que a adoção de concorrência, no tipo melhor técnica, pode ser vista como regular.** (grifo nosso)

5.4.28. Como resultado desse Acórdão, importa destacar a orientação do art. 2º, I, “c”, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023:

Art. 2º A aplicação desta Instrução Normativa, em relação às licitações e contratos de serviços de comunicação, considerará o objeto da contratação e a natureza jurídica do órgão ou entidade contratante, nos seguintes casos:

I - órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, excetuando-se as empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias:

(...)

c) **para serviços de comunicação institucional e serviços de comunicação digital, aplicam-se os artigos 20-A e 20-B da Lei nº 12.232, de 2010, em conjunto com a Lei nº 14.133, de 2021, bem como as boas práticas estabelecidas no Acórdão nº 6.227/2016, da Segunda Câmara do Tribunal de Contas da União - TCU.** (grifo nosso)

5.4.29. O princípio da vantajosidade é fundamental nas contratações públicas. Ele busca garantir que a Administração Pública escolha a proposta que ofereça o melhor resultado, considerando não apenas o preço, mas também outros fatores relevantes, como a necessidade do órgão contratante, qualidade e eficiência.

5.4.30. Marçal Justen Filho aborda a questão da escolha entre menor preço e técnica:

Pode afirmar-se que a licitação de menor preço é cabível quando o interesse sob tutela do estado pode ser satisfeito por um produto qualquer, desde que preenchidos requisitos mínimos de qualidade ou técnica. Já as licitações de técnica são adequadas quando o interesse estatal apenas puder ser atendido por objetos que apresentem a melhor qualidade técnica possível, considerando as limitações econômico-financeiras dos gastos públicos.

Cabe reportar-se, nesse ponto, à diferença já apontada nos comentários ao artigo anterior, relacionadas à distinção entre os conceitos de padrão de qualidade mínima e critério técnico de julgamento. Uma questão reside em identificar o objeto licitado, estabelecendo (se for o caso) um padrão técnico mínimo, abaixo do qual as propostas serão desclassificadas por desconformidade com as exigências do edital. Outra figura totalmente diversa é a eleição de um certo critério para classificar as propostas, variando sua pontuação em face da elevação da qualidade.

Veja-se que a Administração sempre pretende a melhor prestação possível. Sob um certo ângulo, poderia afirmar-se que a licitação visa a selecionar a melhor proposta possível, inclusive do ponto de vista técnico. Mas a distinção entre licitação de menor preço e de técnica não se relaciona imediatamente com essa questão.

O que se avalia é a necessidade objetiva da Administração. Cabe examinar se o desempenho pelo Estado de suas funções poderá ocorrer com a execução de uma prestação que apresente qualidade mínima. Assim se passa quando a satisfação do interesse estatal não demandar a elevação da qualidade do objeto além daquele mínimo. Nesse caso, é indiferente para a Administração receber uma prestação melhor ou pior, desde que a qualidade seja superior a padrões mínimos predeterminados. (JUSTEN FILHO. Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos. 11 ed. São Paulo: Dialética, 2005. p. 440)

5.4.31. Durante a fase de planejamento desta contratação, verificou-se que os serviços de comunicação institucional envolvem técnicas especiais que variam em cada produto/serviço e que

merecem atenção distinta e detalhada. Neste cenário, lidamos com 17 (dezessete) itens de produtos e serviços de comunicação, os quais se caracterizam por sua alta heterogeneidade e complexidade. Eles também apresentam uma variabilidade significativa em suas técnicas de execução e na forma como atendem a necessidades específicas.

5.4.32. Assim, a escolha pelo critério de julgamento ocorreu da seguinte maneira:

5.4.33. **A partir da identificação das necessidades da Agência e do desenvolvimento detalhado dos requisitos específicos dos produtos e serviços essenciais, ficou evidente a alta heterogeneidade e complexidade técnica da demanda e das atividades que serão executadas, concluindo-se que o aspecto técnico é mais importante do que o custo da contratação.**

5.4.34. **Ressalta-se que o custo não foi negligenciado.** O valor de referência da contratação foi apurado de maneira criteriosa, por meio de pesquisa de preços, à luz da Instrução Normativa SEGES/ME nº 65/2021. Dessa forma, não há risco de sobrepreço, considerando o valor máximo estabelecido para a contratação e tendo em vista que os licitantes deverão apresentar suas propostas de preços com desconto mínimo de 5% (cinco por cento) por preço unitário, a partir dos valores dispostos na planilha de produtos e serviços essenciais, conforme orientação do subitem 1.2.1, Apêndice III – Apresentação das Propostas de Preços – do Termo de Referência (SEI nº 12981477), o que vai ao encontro do art. 35 da Lei nº 14.133/2021.

5.4.35. Em tempo, importante ressaltar que a ideia de proposta mais vantajosa nem sempre compreende a obtenção do menor preço, mas a garantia de que a empresa tem a capacidade técnica adequada para executar o serviço estabelecido em edital. O critério de melhor técnica, definido para a presente licitação, aliado às necessidades da contratação e à alta complexidade técnica da obrigação proposta, visa garantir o melhor custo-benefício para a Administração Pública.

5.4.36. **Frisa-se que não é uma questão de buscar privilégios técnicos excessivos em prejuízo do custo**, nem de limitar a competitividade das empresas na licitação. O que se busca é a conformidade com os requisitos técnicos essenciais para a correta execução dos serviços, servindo-se das orientações expedidas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR, a qual tem o papel institucional de trazer as melhores práticas para as contratações de comunicação do Poder Executivo Federal.

5.4.37. As regras de aplicação do critério "melhor técnica" constam no art. 35 da Lei nº 14.133/2021 e art. 61, §1º, e §4º, I, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023:

Lei nº 14.133/2021

Art. 35. O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores.

Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023

Art. 61. Não é admissível disputa, com relação ao preço, quando o critério de julgamento adotado for de melhor técnica, tendo em vista o disposto no art. 35 da Lei nº 14.133, de 2021.

§ 1º O órgão ou entidade responsável pela licitação, quando adotar o critério expresso no caput, cuidará para que, no edital, a pontuação mínima necessária para a classificação final das propostas técnicas, seja compatível com a exigência legal de escolha da melhor técnica.

(...)

§ 4º Nas licitações em que o julgamento for de melhor técnica, a comissão de contratação declarará vencedor o licitante que:

I - tenha obtido a maior pontuação, segundo fatores objetivos previsto no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica da proposta; e

(...)

5.4.38. Tendo em vista que o aspecto técnico é mais importante para esta contratação, que "o julgamento por melhor técnica (...) considerará exclusivamente as propostas técnicas" e que o licitante vencedor será o que "tenha obtido a maior pontuação, segundo fatores objetivos previsto no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica da proposta", a área técnica estabelecerá no

termo de referência, de forma criteriosa, a pontuação para julgamento das propostas técnicas, nos termos do Anexo IV - Apresentação e julgamento da Proposta Técnica - da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

5.4.39. Outro ponto importante a ser abordado é a experiência adquirida com a execução do Contrato nº 29/2021 (SEI nº 6768230), que se mostrou extremamente valiosa em diversos aspectos. Primeiramente, ficou evidente que o critério de menor preço não é adequado para a contratação de serviços de natureza intelectual e alto nível técnico. Além disso, serviços complexos frequentemente demandam soluções personalizadas, integração de sistemas ou projetos de longo prazo. Portanto, a qualidade técnica é essencial para assegurar que esses serviços sejam executados corretamente e alcancem os resultados desejados.

5.4.40. Além disso, uma abordagem técnica sólida minimiza erros, retrabalho e problemas futuros. A expertise técnica reduz riscos. Profissionais habilitados entendem nuances, antecipam desafios e aplicam as melhores práticas. Isso evita falhas catastróficas, perdas financeiras e danos para a imagem da Agência.

5.4.41. Ainda, compartilhamos o entendimento de Alexandre Wagner Nester no Informativo Eletrônico - Edição 196 - Junho / 2023 - da Justen, Pereira, Oliveira & Talamini – Sociedade de Advogados:

4. O critério de melhor técnica ou conteúdo artístico

O critério de melhor técnica se aplica nos casos em que o aspecto técnico da proposta se mostra mais relevante do que o preço desembolsado pela Administração. Ou ainda: nas situações em que não basta o preenchimento de um nível mínimo de qualidade (mesmo que elevado), pois a finalidade da contratação exige mais: demanda a maior qualidade possível.

A adoção do critério de melhor técnica, portanto, se relaciona mais com a necessidade a ser satisfeita pela Administração do que com a natureza do objeto, que pode envolver a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística (art. 35, parágrafo único). Em regra, quanto mais complexo o objeto licitado, mais evidente a necessidade de contratação de um prestador altamente qualificado e, conseqüentemente, maior a tendência de utilização desse critério de julgamento.

(Leia mais em https://justen.com.br/artigo_pdf/os-criterios-de-julgamento-previstos-na-nova-lei-geral-de-licitacoes-lei-14-133-21/)

Copyright © 2024, Justen, Pereira, Oliveira & Talamini. Todos os direitos reservados.

5.4.42. A doutrina sobre o tema, como se observa, é firme no sentido de que a adoção do critério da técnica da Lei nº 14.133/2021 representa um avanço significativo na busca pela qualidade nas contratações públicas. Resta evidente que a avaliação técnica das propostas permite que a administração selecione aquelas que melhor atendam aos requisitos técnicos e de qualidade, promovendo a eficiência e a eficácia na execução dos contratos administrativos. Ademais, a exigência de requisitos técnicos eleva o nível de competitividade entre as empresas, incentivando a busca por qualificação e inovação.

5.4.43. Em resumo, embora o preço seja importante, a técnica adequada é um investimento estratégico. Ela garante qualidade na prestação dos serviços, minimiza riscos e oferece resultados duradouros, diminuindo a chance de inadimplência na prestação dos serviços e reduzindo a necessidade de novo e custoso processo licitatório por eventual má execução. Contudo, a técnica adequada só pode ser aplicada quando há um entendimento profundo das necessidades do órgão contratante.

5.4.44. **Por isso, optou-se pelo critério de julgamento tipo melhor técnica.**

5.5. Critérios de julgamento e pontuação das propostas

5.5.1. Nos documentos que compõem o instrumento convocatório (Termo de Referência), serão estabelecidos critérios (de julgamento e pontuação das propostas) objetivos que garantam, de forma isonômica, a seleção da proposta mais vantajosa para a Anatel, em observância ao art. 18, VIII, da [Lei nº 14.133/2021](#), ao art. 10 e Anexo IV – Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica - da [Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023](#).

6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

6.1. A descrição da solução como um todo abrange a prestação de serviços de comunicação institucional para a Anatel. Os produtos e serviços objeto desse contrato realizar-se-ão mediante execução indireta, sob a coordenação da Agência. Os requisitos especificados não restringem a competitividade, pois existem no mercado diversas empresas que atuam nesse segmento.

6.2. As demandas de comunicação institucional serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços adequados para apoiar a Anatel em suas necessidades. As descrições dos serviços, dentro de cada categoria, são detalhadas em, no mínimo:

- a) Descritivo;
- b) Entregas (produtos/serviços);
- c) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- d) Métodos de classificação da complexidade;
- e) Níveis de complexidade; e
- f) Prazos.

6.3. A especificação detalhada dos serviços encontra-se nos subitens 4.5 a 4.8 deste documento.

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

7.1. A definição dos quantitativos desta contratação ocorreu por meio de levantamento da área técnica da Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social (APC), conforme documento Estudo e estimativa de produtos e serviços - Comunicação Institucional (SEI nº 10067584).

7.2. Para os serviços a serem contratados, estimam-se os seguintes quantitativos para 20 (vinte) meses:

Grupo	Produtos e Serviços de Comunicação Institucional		Unidade de Medida	Complexidade	Quantidade (20 meses)
1	PLANEJAMENTO	1.1. Reposicionamento de imagem (com apoio de diagnóstico e matriz estratégica)	Sob demanda	Não se aplica	2
		1.2. Elaboração de guias e manuais	Sob demanda	Não se aplica	5
		1.3. Monitoramento da imagem institucional em veículos de comunicação	Serviço Mensal	Baixa Complexidade	10
				Média Complexidade	8
				Alta Complexidade	2
2	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	2.1. Gerenciamento e atendimento	Serviço Mensal	Alta Complexidade	20
		2.2. Produção de conteúdo institucional e atendimento à imprensa nacional e regional	Serviço Mensal	Média Complexidade	40
				Alta Complexidade	20
		2.3. <i>Media Training</i>	Sob demanda	Baixa Complexidade	2
				Média Complexidade	2
				Alta Complexidade	2

		2.4. <i>Media Training</i> à distância	Sob demanda	Baixa Complexidade	2
				Média Complexidade	2
				Alta Complexidade	2
		2.5. <i>Media Training</i> em situação de crise	Sob demanda	Baixa Complexidade	2
				Média Complexidade	2
				Alta Complexidade	2
		2.6. Entrevista coletiva presencial	Sob demanda	Baixa Complexidade	2
				Média Complexidade	10
				Alta Complexidade	2
		2.7. Entrevista coletiva por videoconferência	Sob demanda	Baixa Complexidade	2
				Média Complexidade	20
				Alta Complexidade	2
3	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	3.1. Produção de conteúdo textual em Língua Portuguesa	Serviço Mensal	Alta Complexidade	20
		3.2. <i>Design</i> gráfico	Serviço Mensal	Média Complexidade	20
				Alta Complexidade	20
		3.3. Captação de imagens e sons	Serviço Mensal	Média Complexidade	20
		3.4. Edição e produção audiovisual	Serviço Mensal	Média Complexidade	20
				Alta Complexidade	20
		3.5. Serviço de apresentação em vídeo	Serviço Mensal	Padrão	20
		3.6. Adequação de acessibilidade em LIBRAS para vídeos	Serviço Mensal	Padrão	20
		3.7. Locução ou dublagem em idioma estrangeiro (Inglês e Espanhol)	Sob demanda	Baixa Complexidade	3
				Média Complexidade	5
				Alta Complexidade	3

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

8.1. A pesquisa de preços para formação de valores de referência utilizará os parâmetros contidos na [Instrução Normativa SEGES/ME nº 65, de 7 de julho de 2021](#), com priorização dos parâmetros contidos nos incisos I e II do art. 5º da referida norma, a saber:

I - composição de custos unitários menores ou iguais à mediana do item correspondente nos sistemas oficiais de governo, como Paineis de Preços ou banco de preços em saúde, observado o índice de atualização de preços correspondente;

II - contratações similares feitas pela Administração Pública, em execução ou concluídas no período de 1 (um) ano anterior à data da pesquisa de preços, inclusive mediante sistema de registro de preços, observado o índice de atualização de preços correspondente;

8.2. Considerando as especificidades dos serviços a serem contratados, caso não se encontre os valores dos produtos da cesta no painel de preços do site <http://paineldeprescos.planejamento.gov.br> e não se encontre contratações similares no âmbito da administração pública, poderá ser utilizada pesquisa de preços nos termos do art. 5º, III, IV e V, da mencionada Instrução Normativa:

III - dados de pesquisa publicada em mídia especializada, de tabela de referência formalmente aprovada pelo Poder Executivo federal e de sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que atualizados no momento da pesquisa e compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do edital, contendo a data e a hora de acesso;

IV - pesquisa direta com, no mínimo, 3 (três) fornecedores, mediante solicitação formal de cotação, por meio de ofício ou e-mail, desde que seja apresentada justificativa da escolha desses fornecedores e que não tenham sido obtidos os orçamentos com mais de 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do edital; ou

V - pesquisa na base nacional de notas fiscais eletrônicas, desde que a data das notas fiscais esteja compreendida no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do edital, conforme disposto no Caderno de Logística, elaborado pela Secretaria de Gestão da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia.

8.3. Registra-se que foram consultadas todas as fontes de referência disponíveis, com a maior amplitude possível, conceito tratado pelo TCU como “cesta de preços aceitáveis”.

8.4. Os valores estimados para fins de análise preliminar da viabilidade da contratação estão descritos no Informe Nº 39/2024/APC (12291548) e perfazem o total de **R\$ 11.080.247,39 (onze milhões, oitenta mil duzentos e quarenta e sete reais e trinta e nove centavos)**.

9. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

9.1. O não parcelamento tem a finalidade de evitar que um fornecedor tenha a possibilidade de transferir a responsabilidade da execução de determinado serviço para outro fornecedor. Por exemplo, eventual contratado para os serviços pode alegar que suas intervenções não ficaram satisfatórias porque os serviços executados por outra empresa não eram adequados. Com fornecedores diferentes, há o risco de ocorrências de difícil solução. Se o fornecedor que realiza todos os serviços demandados, este fica responsável pela qualidade do trabalho como um todo, o que favorece a fiscalização e acompanhamento da execução contratual.

9.2. O parcelamento da solução é a regra, devendo a licitação ser realizada por item, sempre que o objeto for divisível, desde que se verifique não haver prejuízo para o conjunto da solução ou perda de economia de escala, visando propiciar a ampla participação de licitantes, que embora não disponham de capacidade para execução da totalidade do objeto, possam fazê-lo com relação a itens ou unidades autônomas. O objeto proposto neste processo é contratar serviços de comunicação institucional para a Anatel, não se tratando de serviços distintos, mas sim de um conjunto de soluções e custos para prestação de um único serviço.

9.3. Diante do exposto, verifica-se que não se trata da contratação de mais de um serviço ou bens distintos, mas sim de um único serviço, sendo que para a produção deste resultado há custos envolvidos, que não necessariamente serão considerados como serviços distintos. Neste sentido, do ponto de vista de gestão e da execução do serviço, identificou-se que a disponibilização em um único item proveria mais eficiência na efetividade da execução, uma vez que as funcionalidades dos serviços estão interconectadas e são interdependentes.

9.4. Também se verifica nessa forma de contratação, que se atingiria um maior ganho de escala dado ao maior escopo do serviço a ser contratado, resultando em maior economia para a Administração.

9.5. Ainda, a opção por agrupamento em grupos de itens a serem adquiridos é considerada lícita, desde que possuam mesma natureza e que guardem relação entre si, conforme disposto no

Acórdão TCU nº 5.260/2011 - 1ª Câmara e Acórdão TCU nº 861/2013 - Plenário, TC006.719/2013-9, relatora Ministra Ana Arraes, de 10/04/2013.

9.6. Finalizando, diante das peculiares circunstâncias do caso concreto, considerou-se que a licitação por itens isolados poderia trazer indesejáveis riscos à Administração Pública, mostrando-se adequado, pois, o agrupamento dos serviços em um item único, com elementos de características similares.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

10.1. A contratação em tela não impacta ou será impactada por quaisquer outras contratações vigentes atualmente na Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social.

11. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

11.1. As diretrizes estratégicas da Anatel constam no [Plano Estratégico 2023 a 2027](#), publicado em novembro de 2022.

11.2. A visão institucional da Anatel é definida no Plano Estratégico como sendo: "Ser uma instituição ativa na transformação digital no país, promovendo mercados dinâmicos com serviços de qualidade".

11.3. A Agência tem como missão "Promover o desenvolvimento da conectividade e da digitalização do Brasil em benefício da sociedade".

11.4. O referido Plano Estratégico define ainda como valores: "Inovação Segurança Regulatória Foco em resultados e efetividade Construção Participativa".

11.5. Verifica-se que a presente contratação se alinha na Perspectiva de Processos de Gestão Interna dentro do planejamento estratégico da Agência, especialmente ao objetivo "4B) Garantir a transparência e a gestão interna adequada".

11.6. No mais, consigna-se que a presente contratação consta na lista de Projetos aprovados no Plano Anual de Contratações para o ano de 2023, disponível na plataforma INTEGRA, cadastrada sob ID PCA 413001-176/2022.

12. RESULTADOS PRETENDIDOS

12.1. Tendo como pressuposto que os produtos e serviços a serem contratados servirão de apoio às competências regimentais da Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social - APC, voltadas às estratégias de comunicação da Anatel, espera-se, com a contratação de empresa especializada em comunicação institucional, os seguintes resultados:

12.1.1. Adoção de estratégias de comunicação mais claras frente a edição de regulamentos que possam impactar as relações de consumo e a regulação do setor de telecomunicações;

12.1.2. Postura proativa na promoção de novos regulamentos, no esclarecimento de dúvidas dos atores do setor regulado, na disseminação da cultura organizacional e, sobretudo, na adequada prestação dos serviços públicos de competência da Anatel;

12.1.3. Aperfeiçoamento dos espaços comunicativos, de modo a possibilitar à Agência uma maior transparência de suas ações, garantindo o atendimento aos princípios da publicidade, transparência e prestação de contas, ainda viabilizando o *accountability* e a participação social;

12.1.4. Comunicação mais completa e efetiva, propiciando uma apresentação institucional da Agência mais expressiva perante seus públicos de interesse; e

12.1.5. Aprimoramento contínuo dos canais de comunicação internos e externos da Anatel.

12.2. A Anatel fiscalizará a execução dos produtos e serviços contratados e adotará Instrumento de Medição de Resultado (IMR) com o objetivo de se verificar o cumprimento, por parte da empresa contratada, das especificações técnicas, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

13.1. Para a execução, o contratado deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços objeto da contratação e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, conforme o Apêndice I do Termo de Referência: **Planejamento; Gerenciamento e atendimento; e Produção de conteúdo para comunicação institucional.**

13.1.1. A execução pelo contratado de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pelo contratado;

13.1.2. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do CONTRATANTE foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, bem como os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução;

13.1.3. O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

13.2. Por fim, destaca-se que os servidores da Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social (APC), que serão responsáveis pela gestão e fiscalização dos serviços, possuem os conhecimentos necessários para o adequado acompanhamento da execução contratual.

14. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

14.1. Não foram identificados possíveis impactos ambientais decorrentes da contratação em tela.

15. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

15.1. Assim, diante do exposto acima, esta equipe de planejamento declara viável esta contratação, considerando sua adequação ao atendimento da necessidade a qual se destina, consoante o art 9º, XIII, da [Instrução Normativa SEGES/ME nº 58, de 8 de agosto de 2022](#).

Em cumprimento ao disposto no art 9º, XIII, da [Instrução Normativa SEGES/ME nº 58, de 8 de agosto de 2022](#) e no art. 14, I, da [Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021](#), o presente documento segue assinado pelos Integrantes da Equipe de Planejamento da Contratação, designada pelo documento de Instituição da Equipe de Planejamento da Contratação e pela autoridade competente, a qual aprova o presente documento de planejamento, com fulcro no art. 7º, § 2º, da Resolução Interna nº 214, de 23 de maio de 2023 (10285287).



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Bueno de Lima, Analista Administrativo**, em 26/02/2025, às 09:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 23, inciso II, da [Portaria nº 912/2017](#) da Anatel.



Documento assinado eletronicamente por **Henrique Gomes Pinheiro, Apoio Técnico-Administrativo**, em 26/02/2025, às 10:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 23, inciso II, da [Portaria nº 912/2017](#) da Anatel.



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Facundo Arantes, Apoio Técnico-Administrativo**, em 26/02/2025, às 15:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 23, inciso II, da [Portaria nº 912/2017](#) da Anatel.



Documento assinado eletronicamente por **Daniel Leite Santos França, Chefe da Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social**, em 26/02/2025, às 17:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 23, inciso II, da [Portaria nº 912/2017](#) da Anatel.



Documento assinado eletronicamente por **Wanderson Gonçalves dos Reis, Coordenador de Processo**, em 26/02/2025, às 17:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 23, inciso II, da [Portaria nº 912/2017](#) da Anatel.



A autenticidade deste documento pode ser conferida em <http://www.anatel.gov.br/autenticidade>, informando o código verificador **12903603** e o código CRC **7068DA4A**.

Referência: Processo nº 53500.018684/2023-26

SEI nº 12903603