

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR



Estudo Técnico Preliminar 11/2025

Objeto: Execução do Plano de Mídia da Câmara Municipal de Matão que tem como objetivo institucional informar a população dos atos, audiências públicas e campanhas realizadas pelo Poder Legislativo do Município de Matão/SP (Jornal Impresso de circulação local).

Sumário

Sumário

INFORMAÇÕES BÁSICAS	4
1. Informações Básicas	4
NECESSIDADE	5
2. Descrição da necessidade	5
3. Área Requisitante	12
4. Descrição dos Requisitos da Contratação	12
SOLUÇÃO	16
5. Levantamento de Mercado	16
6. Descrição da Solução como um todo	18
7. Estimativa das Quantidades a Serem Contratadas	19
8. Estimativa do Valor da Contratação	19
9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução	20
10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes	20
11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento	21
12. Requisitos para seleção de fornecedores	21
Planejamento	27
13. Benefícios a serem alcançados com a contratação	27
14. Providências a serem adotadas	27
15. Possíveis Impactos Ambientais	28
VIABILIDADE	30
16. Declaração de Viabilidade	30
17. Responsáveis	30

HISTÓRICO DE VERSÕES

VERSÃO	DATA	DESCRIÇÃO DA REVISÃO	RESPONSÁVEL/SETOR
V1.0	20/05/2025	Criação da versão original que constou nos autos do Pregão Eletrônico 03/2025.	SL - Setor de Licitação
V1.1	26/06/2025	Atualização da numeração do processo e do Documento de Formalização da Demanda (DFD), adequando-os ao Pregão Eletrônico nº 05/2025, com o acréscimo, ainda, na descrição da necessidade, da informação de que se trata da segunda tentativa de republicação do objeto licitatório.	SL - Setor de Licitação

INFORMAÇÕES BÁSICAS

1. Informações Básicas

Número do Processo: 05/2025

Número da Requisição/DFD: 91/2025

O princípio do planejamento é um dos pilares da Lei 14.133/2021 e tem como objetivo assegurar que as licitações e os contratos públicos sejam conduzidos de forma mais eficiente e transparente.

Para tanto, a nova lei estabelece uma série de regras e procedimentos que devem ser observados na fase de planejamento da contratação pública, dentre elas a obrigatoriedade da elaboração de estudos técnicos preliminares para todas as contratações públicas, destacando-se assim a importância do princípio do planejamento.

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade abaixo especificada.

O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para a suprir, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública.

Com base no(s) DFD(s) acima discriminados, a Equipe de Planejamento da Câmara Municipal de Matão elaborou o presente estudo em consonância com a Lei 14.133/2021 c/c Resolução 001/2024.

NECESSIDADE

2. Descrição da necessidade

A Câmara Municipal de Matão tem enfrentado o desafio de baixa participação popular nas atividades legislativas, problema esse apontado, inclusive, pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE/SP). O problema central é a necessidade de ampliar a comunicação com a população, incentivando o engajamento dos cidadãos e garantindo que as informações institucionais cheguem a um maior número de pessoas, fortalecendo o papel da população no acompanhamento e controle social das ações legislativas.

Para atingir esse objetivo, é essencial diversificar e integrar os canais de comunicação, incluindo plataformas de fácil acesso e ampla abrangência, como o site oficial da Câmara, redes sociais, rádio, jornal impresso, TV, entre outras mídias. Essa abordagem multicanal permite que cidadãos de diferentes perfis, incluindo aqueles menos familiarizados com tecnologia, possam acompanhar as informações e participar das atividades de interesse público. A comunicação institucional, nesse formato, busca não apenas informar, mas também promover a interação e a participação ativa da comunidade, atendendo às diretrizes de transparência e fomentando a prática do “*Accountability*” na gestão pública.

Diante dessa necessidade, a Divisão de Comunicação e Cerimonial, a pedido da Presidência, elaborou o Plano de Mídia e Comunicação Social para o biênio 2025/2026, conforme consta no Memorando 297/2025.

No referido plano, foram levantadas as seguintes **ferramentas de publicidade** que devem ser gradativamente implementadas pela Câmara Municipal:

*“a) **Spot de 30”**: A ideia dessa peça, em termos de mensagem, é destacar as ações da Câmara Municipal nos diferentes campos de atuação. Para tanto, as diferentes benfeitorias serão anunciadas com a mesma trilha de fundo do VT, mantendo a voz off do VT, incluindo efeitos sonoros que enfatizem a mensagem e que despertem os ouvintes para absorver a mensagem pública.*

Justificativa: O rádio foi escolhido como mídia por conta da sua penetração local, ampla aceitação e da naturalidade da mensagem, nas diversas camadas de público-alvo o que garante atingir uma parcela significativa da população de Matão por meio dos programas mais populares e que nutrem simpatia do público ouvinte, de grande prestígio e credibilidade junto aos matonenses. Vale ressaltar, ainda, que o rádio também opera o sinal via internet, o que amplia a capacidade e abrangência da campanha por meio da transmissão on-line.

Estratégia: A tática de mídia estabelecida acima é a compra por lotes (quantidade a ser definida) para veicular os anúncios de modo alternado entre os programas de maior audiência de cada veículo/emissora, como forma de atingir os distintos telespectadores e ouvintes dos principais programas, distribuídos estrategicamente entre programas de formato jornalísticos e musicais (sobretudo dias úteis).

Veiculação: O spot de rádio deverá ser divulgado em emissoras locais de maior audiência do município, as quais tenham abrangência em todo o território matonense. A veiculação deverá acontecer de segunda a sexta-feira das 06h às 20h. Em todos os veículos, pensando na tática de mídia, tais inserções devem entrar nos comerciais dos programas de maior audiência e público variado, fazendo com que a comunicação pública da Câmara tenha abrangência em todos os perfis de público ouvinte, em programas matutinos, de meio-dia e a tarde, sem deixar de veicular nos programas noturnos. Os Spots serão produzidos pela emissora contratada, conforme texto enviado pela Divisão de Comunicação e, após aprovados pela Divisão, a emissora deverá divulgar em sua grade de programação. A emissora deverá ceder os direitos de todo material produzido à Câmara Municipal para que possa ser utilizado em suas redes sociais ou demais necessidades.

b) Jornal Impresso de circulação local: Veiculação de matérias institucionais acerca das atividades legislativas que sejam importantes para toda a sociedade, divulgação dos trabalhos realizados, leis aprovadas, projetos desenvolvidos pela instituição por meio da Escola do Legislativo, entre outros, como ferramenta de transparência e publicidade dos trabalhos realizados Câmara Municipal.

Justificativa: Hoje, apesar do advento da Internet, e, conseqüentemente, apesar de as mídias digitais terem ocupado lugar de destaque no modo como as pessoas se informam na atualidade, o jornal continua sendo um importante meio para a divulgação de informação, inclusive de valor legal, considerando-se a legislação que prevê a publicação de editais e comunicados de interesse público. Os pontos positivos são a sua popularidade e a credibilidade que possuem, principalmente porque formam a opinião dos seus assinantes e leitores, de maneira geral.

Estratégia: A tática de mídia estabelecida acima é a compra de espaço em centímetros por colunas, de jornal impresso de circulação local, com periodicidade semanal, para veiculação de matérias institucionais produzidas e assinadas Divisão de Comunicação, contendo diagramação própria, fonte e formatação específica, que deverão ser integralmente respeitadas pela empresa contratada, tendo como objetivo atingir uma parcela da população que conserva o hábito da leitura dos informativos locais, que, mais do que um veículo de notícias, é um portal para a história, uma conexão tangível com o passado e uma janela para o presente. Sua importância transcende as páginas, pois representa uma tradição enraizada na disseminação da informação e na formação de opiniões.

Veiculação: Publicação de matérias institucionais produzidas pela Divisão de Comunicação em formato de texto, contendo foto ilustrativa, veiculada em jornal impresso de circulação local, com periodicidade semanal. O conteúdo produzido deverá ser publicado na íntegra, sem alterações em seu texto, títulos, imagens ou legendas. As matérias deverão abordar as atividades legislativas da semana, visitas realizadas e recebidas, de interesse público e em prol à instituição, projetos apresentados, honrarias entregues, audiências públicas, ações e programas realizados por meio da Escola do Legislativo, campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social.

c) Spot Audiovisual em Televisão: Seguindo o mesmo conceito dos Spots veiculados em rádio, os Spots Audiovisuais tem como objetivo destacar as ações da Câmara Municipal nos diferentes campos de atuação, porém com o elemento visual, enriquecendo a experiência do telespectador, que passa a visualizar o material alusivo ao assunto disseminado, seja ele uma

campanha ou ações produzidas pela Câmara Municipal, da mesma forma como é feita pelos demais canais de publicação.

Justificativa: A televisão ainda tem um papel fundamental na vida da sociedade e no mundo da propaganda. Apesar do crescimento das mídias digitais, a TV continua sendo um dos principais meios de entretenimento e informação da população brasileira e tem um alcance em massa. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua do IBGE, dos 75,3 milhões de domicílios particulares permanentes do país, 94,9% possuem televisão e, dentre eles, 91,6% têm acesso à TV aberta. Além disso, o vídeo ainda é a forma de comunicação mais atrativa para o público. O som, a imagem e o movimento da televisão geram um vínculo emocional mais forte entre as marcas e os consumidores. Por isso, investir nesse tipo de conteúdo é uma das melhores estratégias na comunicação atual. Considerando o fato de que a TV também opera o sinal via internet, o que amplia a capacidade e abrangência da campanha por meio da transmissão on-line.

Estratégia: A tática de mídia estabelecida acima é a compra de espaços em TV aberta com cobertura em todo o território do município (quantidade a ser definida), para veicular os anúncios de modo alternado entre os programas de maior audiência de cada veículo/emissora, como forma de atingir os distintos telespectadores e dos principais programas, distribuídos estrategicamente entre programas de formato jornalísticos e com cobertura de assuntos políticos locais (sobretudo dias úteis).

Veiculação: Os Spots Audiovisuais deverão ser divulgados em emissora de TV com cobertura em todo o território do município. A veiculação deverá acontecer de segunda a sexta-feira das 06h às 20h. Buscando maior eficiência na divulgação da informação, tais inserções devem entrar nos comerciais dos programas de maior audiência e público variado, fazendo com que a comunicação pública da Câmara tenha abrangência em todos os perfis de público, em programas matutinos, de meio-dia e a tarde, sem deixar de veicular nos programas noturnos. Os Spots serão produzidos pela emissora contratada, conforme texto enviado pela Divisão de Comunicação e, após aprovados pela Divisão, a emissora deverá divulgar em sua grade de programação. A emissora deverá ceder os direitos de todo material produzido à Câmara Municipal para que possa ser utilizado em suas redes sociais ou demais necessidades.

*d) **Publicação em Revistas de circulação local:** Considerando a necessidade de garantir ampla publicidade e transparência na prestação de contas da Câmara Municipal de Matão, é fundamental utilizar veículos de comunicação de grande alcance e credibilidade, assegurando que a população tenha pleno acesso às informações relevantes. A publicação em revistas de circulação local, em suas edições especiais comemorativas como, aniversário do município, dias das mães e natal, por exemplo, são ótimas ferramentas para divulgação da prestação de contas da Câmara como forma de divulgar os trabalhos legislativos desenvolvidos durante o período em questão.*

***Justificativa:** É importante destacar que, enquanto o jornal impresso tem uma circulação diária e é frequentemente utilizado para outras finalidades, com uma vida útil curta e eventual descarte, uma revista tem um caráter mais duradouro. Ou seja, ela permanece disponível por um tempo mais prolongado, sendo frequentemente encontrada em recepções de consultórios, empresas e outros estabelecimentos, permitindo que o público tenha acesso contínuo e repetido ao conteúdo. Isso amplia a exposição da mensagem, garantindo que a prestação de contas da Câmara Municipal seja consultada por um número maior de pessoas ao longo do tempo.*

***Estratégia:** A tática de mídia estabelecida acima é a compra 01 página em revistas de circulação local, em suas edições especiais comemorativas como, aniversário do município, dias das mães e natal, por exemplo, para a publicação de uma ou mais matérias institucionais de maior relevância e da prestação de contas da Câmara, como forma de divulgar os trabalhos legislativos desenvolvidos durante o período em questão.*

***Veiculação:** A publicidade institucional e a prestação de contas devem ser publicadas em 01 página de revista, contendo uma diagramação e arte final próprias. O conteúdo produzido deverá ser publicado na íntegra, sem alterações em seu texto, títulos, imagens ou legendas. As matérias deverão abordar as atividades legislativas do período em questão, de interesse público, ações e programas realizados por meio da Escola do Legislativo, campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social.*

e) Impulsionamento em Redes Sociais: Nos tempos modernos, a presença digital tornou-se indispensável para organizações de todos os setores, inclusive para entidades governamentais. A Câmara Municipal de Matão não está isenta dessa realidade. A produção de conteúdo digital e a gestão eficaz das redes sociais são ferramentas poderosas para fortalecer a comunicação com os cidadãos, promover a transparência e engajar a comunidade de forma mais ampla. O impulsionamento nas redes sociais consiste no aumento do alcance original de uma publicação em sua página. Ou seja, em vez de impactar apenas um número restrito de usuários, esse recurso permite que o seu post seja exibido para mais possíveis interessados naquele conteúdo. É uma forma de potencializar o que foi feito.

Justificativa: as publicações nas redes sociais visam a transparência, apresentando uma maior capacidade de alcançar um público que muitas vezes não acompanha os meios de comunicação tradicionalmente utilizados pelas instituições. A rede permite a divulgação de informações de forma mais visual, o que pode aumentar o engajamento e a participação da população nas atividades parlamentares. As redes sociais somadas aos outros meios de comunicação tornam-se uma ferramenta poderosa na disseminação de informações de interesse público.

Estratégia: A tática de mídia visa dialogar com a sociedade. O Legislativo estará presente no Instagram, no Facebook, YouTube, onde deverão ser divulgados os destaques das sessões plenárias, projetos de lei, agenda da semana, campanhas institucionais e até mesmo bastidores da Câmara. A produção de conteúdo digital engloba uma variedade de formatos, incluindo texto, imagem e vídeo. É uma ferramenta versátil para transmitir informações de maneira acessível e atrativa. Esse tipo de comunicação também visa abrir canais de comunicação bidirecionais, onde os cidadãos possam fazer perguntas, interagir, expressar preocupações e fornecer feedback diretamente.

Veiculação: todas as publicações dos materiais internos produzidos pela Divisão de Comunicação serão divulgados conforme a demanda.”

Assim, considerando que a necessidade é levar informação ao maior número de pessoas possível e, para tanto, o plano de mídia contemplou diversas possibilidades, este Estudo Técnico se destinará a abordar e examinar a **opção de veiculação de jornal impresso**. Para as outras alternativas, serão elaborados estudos específicos. Portanto, passaremos à análise da contratação de empresa para **veiculação em jornal impresso local** de matérias da Câmara.

Da justificativa de necessidade de veiculação em jornal impresso

A Câmara Municipal de Matão tem o dever institucional de assegurar a ampla publicidade de seus atos, promovendo a transparência da gestão legislativa e garantindo o acesso à informação por toda a população. Nesse contexto, a divulgação de conteúdo institucional por meio de jornal impresso configura-se como instrumento essencial ao cumprimento dessa obrigação, sobretudo quanto ao alcance de públicos que não utilizam ou não possuem acesso contínuo a meios digitais.

Embora a Câmara disponibilize canais eletrônicos oficiais, como o Diário Oficial, o site institucional e as redes sociais, constata-se que parcela significativa da população local — especialmente pessoas idosas ou em situação de vulnerabilidade digital — ainda permanece excluída dessas plataformas. A contratação de espaço em jornal impresso visa suprir essa lacuna, ampliando a capilaridade da comunicação pública e promovendo maior inclusão social nas ações de transparência e incentivo à participação legislativa.

Ressalte-se, ainda, que em Matão persiste uma tradição cultural consolidada no uso de meios informativos tradicionais, como os jornais impressos de circulação local, os quais há décadas integram a rotina da população. A própria Câmara, até 2024, e a Prefeitura Municipal, ainda atualmente, veiculam suas publicações legais e institucionais por esse meio. A interrupção abrupta dessa prática pode comprometer o acesso à informação por parte dos cidadãos habituados a esse formato, dificultando o acompanhamento das atividades legislativas.

Tal medida, ademais, está em consonância com recomendações dos órgãos de controle externo, que orientam o fortalecimento dos mecanismos de comunicação institucional e de estímulo à participação popular. Dessa forma, a contratação proposta não se limita a uma necessidade operacional, mas insere-se em um esforço mais amplo de aprimoramento da gestão pública e concretização dos princípios da publicidade e da transparência.

Salienta-se que a Administração já buscou licitar o presente objeto por meio do Pregão Eletrônico nº 03/2025, o qual restou fracassado em razão da desclassificação do único participante, que, durante a sessão, informou não possuir condições de atender integralmente às exigências previstas no Termo de Referência.

3. Área Requisitante

Área Requisitante	Responsável
Diretor de Comunicação e Cerimonial	Paola Morais Rocha Gonçalves

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1. Natureza e classificação dos serviços

A contratação de todos os serviços elencados na descrição da necessidade enquadra-se na classificação de **serviços comuns**, nos termos do artigo 6º, inciso XIII da Lei nº 14.133/2021, uma vez que possui padrões de desempenho e qualidade que podem ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais de mercado. A **natureza dos serviços é de caráter continuado**, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021, considerando que a interrupção desses serviços comprometeria as atividades do setor de mídia da Câmara Municipal e afetaria o cumprimento das metas institucionais.

Os serviços de publicação em jornal **não se enquadram no conceito de regime de dedicação exclusiva de mão de obra**, uma vez que: 1) os empregados do contratado **não** ficarão à disposição nas dependências do contratante para a prestação dos serviços, durante todos os dias; 2) o contratado poderá compartilhar os recursos humanos e materiais disponíveis de uma contratação para execução simultânea de outros contratos.

4.2. Prazo de vigência da contratação

A duração inicial dos contratos oriundos das contratações a serem realizadas será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogados, por interesse das partes, até o limite de 10 (dez) anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

A Natureza dos serviços, conforme fundamentado no item 4.1, são considerados de **natureza continuada**, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021. Conforme determina o artigo 106, da Lei 14.133/21, a Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos nas hipóteses de serviços e fornecimentos contínuos, observando as diretrizes de maior vantagem econômica vislumbrada em razão da contratação plurianual; da existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção no início da contratação e de cada exercício; podendo extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

Ainda em seu artigo 107, está previsto que os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

4.3. Regime de Execução

4.3.1. O regime de execução dos contratos será o de **empreitada por preço unitário**.

Justificativa: Adota-se o regime de execução de empreitada por preço unitário, por se tratar de serviços cuja mensuração se dará em centímetros por coluna, conforme o espaço efetivamente utilizado para a veiculação das questões institucionais em jornal impresso. Como os quantitativos variam e dependem das necessidades da Administração ao longo da vigência contratual, esse regime permite o pagamento proporcional ao serviço executado, garantindo maior precisão na aferição, controle da execução e observância dos princípios da economicidade e da eficiência.

4.4. Padrões mínimos de qualidade e desempenho

A empresa contratada deverá observar os seguintes padrões mínimos de qualidade e desempenho na execução dos serviços, garantindo a conformidade com as normas vigentes. Considerando que o objetivo é fazer com que a informação chegue ao conhecimento do público local, o Termo de Referência deverá exigir:

- a) Que o jornal possua **circulação regular no município de Matão/SP**, com **periodicidade mínima semanal**, e que aborde assuntos de relevância e interesse local, contribuindo para a disseminação de informações pertinentes à comunidade e aos acontecimentos locais.
- b) Caso o jornal seja comercializado, o valor de venda ao público deverá ser módico, de forma a não restringir o acesso da população à informação institucional.
- c) Que, além da versão impressa, ao menos a parte prevista para as publicações institucionais da Câmara Municipal seja disponibilizada gratuitamente e de forma acessível no site da contratada, visa ampliar o alcance das informações de interesse público.
- d) Que tenha triagem compatível com a população local;
- e) Distribuição comprovada em pontos estratégicos da cidade;
- f) Que as publicações devem apresentar qualidade gráfica adequada à leitura e compreensão do conteúdo, respeitando normas de diagramação, ortografia e coerência textual;
- g) Que a contratada deverá garantir a fidelidade do conteúdo transmitido, sem alterações que comprometam o sentido institucional das informações divulgadas.
- h) Que o texto publicado na mídia deverá ter tamanho de fonte legível, e de forma não dispersa na edição, isto é, todas as publicações deverão estar dispostos em espaços próximos, formando um mesmo conjunto na diagramação da Edição, preferivelmente na mesma página, porém, para o caso de impossibilidade de diagramação na mesma página, as publicações deverão estar dispostas na página imediatamente posterior e nunca em páginas aleatórias e distantes daquele conjunto formado.

4.5. Local, horário e início da prestação dos serviços

- a) Os serviços deverão ser prestados na sede Contratada. Os jornais deverão ter **periodicidade mínima semanal**.

4.6. Justificativa para transição gradual com transferência de conhecimento

O serviço de comunicação institucional por meio de jornal impresso é amplamente padronizado no mercado, com práticas e processos bem estabelecidos por empresas especializadas na área.

Esses serviços seguem normas e procedimentos comuns, de forma que não há necessidade de transição gradual ou transferência de conhecimento.

4.7. Subcontratação

Será permitida a subcontratação da distribuição do jornal impresso. A subcontratação será permitida exclusivamente para a etapa de distribuição do jornal impresso. A empresa licitante poderá subcontratar a distribuição, desde que esta seja realizada de acordo com as especificações e critérios propostos no contrato, mantendo a responsabilidade sobre a qualidade e o cumprimento do prazo de entrega. A subcontratação de outras etapas do serviço, como a produção e edição do jornal, não será permitida, visto que são atividades essenciais que devem ser realizadas integralmente pela empresa contratada, garantindo o controle da qualidade e a execução de acordo com os padrões estabelecidos.

4.8. Garantia de execução

Não será exigida garantia de execução, pois o objeto contratado não envolve riscos significativos em caso de descumprimento. Trata-se de serviço de veiculação de jornal impresso, sem dedicação exclusiva de mão de obra, o que afasta potenciais passivos trabalhistas. Além disso, eventuais descumprimentos podem ser sanados por meio das previsões contratuais, como aplicação de sanções, sem necessidade de retenção de valores como forma de garantia.

4.9. Vistoria

Não será exigida a realização de vistoria prévia. O objeto contratado consiste na prestação de serviço de veiculação em jornal, sem a necessidade de inspeção física ou técnica da sede da Câmara para sua execução.

SOLUÇÃO

5. Levantamento de Mercado

O levantamento de mercado será baseado no Plano de Mídia e Comunicação Social elaborado pela Diretoria de Comunicação da Câmara de Matão. Esse documento já identifica as alternativas viáveis para atender à demanda da Câmara, que é ampliar a comunicação com a população, incentivando o engajamento dos cidadãos e garantindo que as informações institucionais alcancem o maior número possível de pessoas.

No referido plano, foram levantadas as seguintes **ferramentas de publicidade** que devem ser gradativamente implementadas pela Câmara Municipal:

*“a) **Spot de 30”**: A ideia dessa peça, em termos de mensagem, é destacar as ações da Câmara Municipal nos diferentes campos de atuação. Para tanto, as diferentes benfeitorias serão anunciadas com a mesma trilha de fundo do VT, mantendo a voz off do VT, incluindo efeitos sonoros que enfatizem a mensagem e que despertem os ouvintes para absorver a mensagem pública.*

*b) **Jornal Impresso de circulação local**: Veiculação de matérias institucionais acerca das atividades legislativas que sejam importantes para toda a sociedade, divulgação dos trabalhos realizados, leis aprovadas, projetos desenvolvidos pela instituição por meio da Escola do Legislativo, entre outros, como ferramenta de transparência e publicidade dos trabalhos realizados Câmara Municipal.*

*c) **Spot Audiovisual em Televisão**: Seguindo o mesmo conceito dos Spots veiculados em rádio, os Spots Audiovisuais tem como objetivo destacar as ações da Câmara Municipal nos diferentes campos de atuação, porém com o elemento visual, enriquecendo a experiência do telespectador, que passa a visualizar o material alusivo ao assunto disseminado, seja ele uma campanha ou ações produzidas pela Câmara Municipal, da mesma forma como é feita pelos demais canais de publicação.*

*d) **Publicação em Revistas de circulação local**: Considerando a necessidade de garantir ampla publicidade e transparência na prestação de contas da Câmara Municipal de Matão, é*

fundamental utilizar veículos de comunicação de grande alcance e credibilidade, assegurando que a população tenha pleno acesso às informações relevantes. A publicação em revistas de circulação local, em suas edições especiais comemorativas como, aniversário do município, dias das mães e natal, por exemplo, são ótimas ferramentas para divulgação da prestação de contas da Câmara como forma de divulgar os trabalhos legislativos desenvolvidos durante o período em questão.

e) Impulsionamento em Redes Sociais: *Nos tempos modernos, a presença digital tornou-se indispensável para organizações de todos os setores, inclusive para entidades governamentais. A Câmara Municipal de Matão não está isenta dessa realidade. A produção de conteúdo digital e a gestão eficaz das redes sociais são ferramentas poderosas para fortalecer a comunicação com os cidadãos, promover a transparência e engajar a comunidade de forma mais ampla. O impulsionamento nas redes sociais consiste no aumento do alcance original de uma publicação em sua página. Ou seja, em vez de impactar apenas um número restrito de usuários, esse recurso permite que o seu post seja exibido para mais possíveis interessados naquele conteúdo. É uma forma de potencializar o que foi feito.*

Considerando que a necessidade central é maximizar o alcance, a melhor solução não se limita à escolha de um único meio de comunicação, mas sim à diversificação das plataformas utilizadas. Desta forma, a melhor estratégia é a ampliação e a diversificação dos canais de comunicação, por meio da implementação gradativa das plataformas de publicidade relacionadas no Plano de Mídia e Comunicação Social.

Embora estejamos vivenciando uma rápida evolução tecnológica e a Câmara Municipal já esteja acompanhando essa transformação — com a adoção de ferramentas como o diário eletrônico, o processo legislativo digital, o sistema de processo administrativo digital e a votação eletrônica —, é importante considerar que ainda há uma demanda complementar pelos meios tradicionais de comunicação. Isso se deve ao fato de que uma parcela significativa da população tem pouco ou nenhum acesso às tecnologias de informação e comunicação, ou encontra dificuldades no seu uso. Este grupo engloba pessoas de baixa renda, idosos, indivíduos com deficiência, moradores de áreas rurais ou periféricas, bem como aqueles com níveis de escolaridade mais baixos. Assim, a manutenção da divulgação por meio de veículos impressos é essencial para

garantir a inclusão de todos os segmentos da população, promovendo uma comunicação mais ampla e acessível.

Se, por um lado, a divulgação em meio digital deve ser fomentada e aprimorada gradativamente, como, por exemplo, com o impulso em redes sociais, por outro lado, é importante lembrar do grupo que tem pouco ou nenhum acesso a essas tecnologias, configurando-se na teoria dos "excluídos digitais". Para o público com pouca ou nenhuma familiaridade com tecnologias, a contratação de jornal impresso pode ser uma alternativa, conforme, inclusive, concluiu o plano de mídia.

Embora atualmente o Poder Legislativo de Matão já conte com Diário Oficial Eletrônico para veiculação de seus atos, não pode ser ignorado o fato de que, em Matão, é cultural a busca de informações pelos jornais impressos com circulação semanal, os quais fazem parte da rotina informativa local há décadas. Uma interrupção abrupta dessa prática pode gerar dificuldades de acesso à informação e comprometer o acompanhamento das atividades da Câmara por parte de cidadãos habituados com esse formato. Assim, embora a transição para o modelo digital seja necessária, ela deve ser conduzida de maneira gradual e cuidadosa, preservando o acesso pleno e inclusivo da população e garantindo que a transparência permaneça efetiva para todos.

6. Descrição da Solução como um todo

A Solução a ser contratada nesta licitação consiste na seleção de uma empresa especializada para a veiculação de jornal impresso local, com o objetivo de atender às necessidades de comunicação institucional da Câmara Municipal de Matão/SP. O serviço abrangerá a produção, edição e distribuição de exemplares de jornal, com foco em informações oficiais, serviços e ações realizadas pela instituição, com transparência e ampla divulgação para a população.

O jornal será disponibilizado em formato impresso e deverá ser distribuído em pontos estratégicos da cidade, como estabelecimentos comerciais e outros locais de fácil acesso ao público.

O Termo de Referência estabelecerá de forma detalhada as condições e obrigações das partes envolvidas, bem como a metodologia a ser imposta na prestação dos serviços.

7. Estimativa das Quantidades a Serem Contratadas

Considerando as demandas ordinárias e extraordinárias de comunicação institucional da Câmara Municipal de Matão, a Diretoria de Comunicação e Cerimonial estimou a necessidade de contratação de espaço em jornal impresso, tomando como critério o centímetro de coluna. A projeção, fundamentada no histórico de publicações anteriores e nas ações comunicacionais previstas para o próximo exercício, aponta para uma estimativa de até **7.821 (sete mil, oitocentos e vinte e um) centímetros de coluna** ao longo da vigência contratual de 12 (doze) meses.

A configuração pretendida para cada publicação é de aproximadamente **25 cm de altura por 6 colunas de largura**, totalizando **150 centímetros/coluna por edição**. A periodicidade estimada é de até **uma publicação semanal**, podendo variar de acordo com a relevância e o volume das ações institucionais a serem divulgadas. ($150 \text{ cm/semana} \times 52,14 \text{ semanas} = 7.821 \text{ cm de coluna por ano}$)

Tal quantitativo contempla a divulgação de campanhas de interesse público, convocações, comunicados oficiais e demais matérias institucionais, podendo sofrer variações conforme as necessidades supervenientes da Administração. Ressalte-se que a estimativa considera o volume efetivamente publicado em exercícios anteriores, acrescido de margem técnica destinada a cobrir eventuais demandas excepcionais e imprevisíveis.

8. Estimativa do Valor da Contratação

A estimativa do valor da contratação foi obtida por meio de consulta a contratações similares feitas pela Administração Pública (II do art. 23), considerando o custo por centímetro de coluna de publicação em jornal, preferencialmente local e com periodicidade semanal. A estimativa final será consolidada com base na média dos valores obtidos, observando os princípios da razoabilidade, economicidade e compatibilidade com os preços praticados no mercado.

ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QTDE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Publicação em jornal de circulação local, com periodicidade semanal.	cm/coluna	Até 7.821	R\$ 7,93	R\$ 62.020,53

A estimativa do valor contratação é **R\$ 62.020,53 (sessenta e dois mil, vinte reais e cinquenta e três centavos)**, conforme aferido no Mapa Comparativo de Preços em anexo.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Não se aplica o parcelamento da contratação, uma vez que a natureza do objeto — aquisição de espaço publicitário em jornal impresso — exige a uniformidade do meio de divulgação para garantir padronização, continuidade, identidade visual e maior efetividade da comunicação institucional. A divisão em lotes comprometeria a unidade da estratégia de divulgação, além de dificultar o controle das publicações e reduzir a eficiência da execução contratual.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Não há contratações correlatas ou interdependentes vinculadas diretamente a este objeto. Embora o serviço de divulgação institucional da Câmara envolva outros meios de comunicação, como rádio, TV, redes sociais e diário eletrônico, esta contratação diz respeito exclusivamente à veiculação em jornal impresso, sendo independente dos demais. Cada meio possui características próprias, públicos e estratégias específicas de divulgação, o que permite sua contratação de forma separada, sem prejuízo à eficiência ou à coesão das ações de comunicação institucional.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

O objeto desta contratação está previsto no PCA-2025, conforme processo: 930749-28/2025 no [compras.gov](https://compras.gov.br).

12. Requisitos para seleção de fornecedores

12.1. Requisitos de Habilitação Jurídica

12.1.1. Para fins de habilitação, deverão os licitantes comprovar os requisitos mínimos necessários para sua habilitação jurídica, conforme preceitua a legislação aplicável, de forma a comprovar que a licitante tem a capacidade de exercer direitos e assumir obrigações, bem como verificar se o ramo de atividade é compatível com o objeto contratual.

12.1.2. Em cumprimento à Lei nº 14.133/2021, apresentamos abaixo as justificativas quanto à participação nesta licitação:

12.2. Consórcios

Embora a participação de consórcios, em regra, não se justifique para os serviços em questão, a licitação não proibirá a sua participação. A participação de consórcios se dá, normalmente, quando as dimensões e a complexidade do objeto ou circunstâncias específicas exigem a associação entre empresas. Embora a participação de consórcios para o objeto em questão não seja comum, **o edital permitirá**, mesmo assim, sua participação para garantir que todos os interessados tenham a oportunidade de competir. Essa abordagem visa assegurar a eficiência na execução dos serviços e permitir que qualquer empresa, individual ou consorciada, possa participar do processo licitatório. Contudo, ao permitir a participação de consórcios, a Edital e Termo de Referência devem ajustar o regramento para participação de consórcios, nos termos do artigo 15 da Lei 14.133/2024.

12.3. Cooperativas

Será permitida a participação de cooperativas na presente licitação. A **Súmula nº 281 do TCU** proíbe a participação de cooperativas em licitações quando, pela natureza do serviço ou pelo modo como é executado no mercado, houver necessidade de subordinação jurídica,

personalidade e habitualidade. Da mesma forma, o TCE-SP entende que deve ser vedada a participação de cooperativas de trabalho em procedimentos licitatórios que envolvam serviços com vínculo de subordinação, dependência, personalidade e habitualidade. (TC 010866.989.24-7)

No caso específico da veiculação de publicações institucionais da Câmara Municipal de Matão/SP em jornal impresso, trata-se de um serviço que, pela sua natureza, não exige subordinação jurídica, personalidade ou habitualidade. Portanto, **não há impedimento legal para a participação de cooperativas nesse tipo de serviço.**

12.4. Requisitos de Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista

12.4.1. Para fins de habilitação fiscal, social e trabalhista, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

12.4.1.1. Prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

12.4.1.2. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

12.4.1.3. Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Positiva com efeito de Negativa, relativa a Tributos Federais (inclusive às contribuições sociais) e à Dívida Ativa da União;

12.4.1.4. Certidão de regularidade de débito com a Fazenda Estadual, da sede ou do domicílio do licitante, relativa aos tributos incidentes sobre o objeto desta licitação;

12.4.1.5. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal/Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

12.4.1.6. Certidão de regularidade de débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

12.4.1.7. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT ou Positiva de Débitos Trabalhistas com Efeito de Negativa;

12.4.1.8. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

12.4.1.9. Serão aceitas como prova de regularidade certidões positivas com efeito de negativas.

12.5. Requisitos de Qualificação Econômico-Financeira

A licitante deverá comprovar possuir as seguintes condições de qualificação econômico-financeira:

12.7.1. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II);

12.7.4. Justificativa para Exigências de Qualificação Econômico-Financeira

A apresentação da certidão negativa de falência é um requisito fundamental para atestar a regularidade financeira da empresa, conforme previsto no artigo 69, inciso II, da Lei nº 14.133/2021. Tal exigência visa mitigar riscos para a Administração, garantindo que a contratada esteja em situação financeira estável e tenha capacidade de cumprir com as obrigações assumidas.

Considerando a natureza do objeto licitado, que não exige investimentos de grande risco ou estrutura financeira complexa, não se justifica a exigência de outros requisitos de comprovação econômico-financeiros, de modo a garantir uma ampla participação de particulares, respeitando os princípios de razoabilidade e proporcionalidade na fase de habilitação.

12.8. Requisitos de Qualificação Técnico

Da Habilitação Técnico-Operacional

Entendemos pertinente exigir os seguintes requisitos:

12.8.1. Comprovação de aptidão para execução de serviço de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente,

por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado.

12.8.2. Para fins da comprovação de que trata este subitem, os atestados deverão dizer respeito a contratos executados com as seguintes características mínimas:

12.8.2.1. Deverá haver a comprovação da experiência **mínima de 12 (doze) meses** na prestação de serviços de veiculação de conteúdo em jornal com edição impressa. Será aceito o somatório de atestados de períodos diferentes, desde que não sejam simultâneos, não havendo, ademais, a obrigatoriedade de que o período de experiência seja ininterrupto;

12.8.2.2. Comprovação que já executou contrato(s) de prestação de serviços de veiculação em jornal com edição impressa, abrangendo um **quantitativo mínimo de 3.910 cm por coluna**, o que representa 50% (cinquenta por cento) do total a ser contratado na presente licitação pela Câmara Municipal de Matão; Será admitida, para fins de comprovação de quantitativo mínimo do serviço, a apresentação e o somatório de diferentes atestados de serviços executados de forma concomitante, pois essa situação equivale, para fins de comprovação de capacidade técnico-operacional, a uma única contratação.

12.8.3. Os atestados de capacidade técnica podem ser apresentados em nome da matriz ou da filial da empresa licitante.

12.8.4. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços, entre outros documentos.

12.8.5. Os atestados deverão referir-se a serviços prestados no âmbito de sua atividade econômica principal ou secundária especificadas no contrato social vigente;

12.8.6. Serão aceitos atestados ou outros documentos hábeis emitidos por entidades estrangeiras quando acompanhados de tradução para o português, salvo se comprovada a inidoneidade da entidade emissora.

12.8.7. A apresentação de certidões ou atestados de desempenho anterior emitido em favor de consórcio do qual tenha feito parte será admitido, desde que atendidos os requisitos do art. 67, §§ 10 e 11, da Lei nº 14.133/2021 e regulamentos sobre o tema.

12.8.8. Justificativa para exigência de qualificação técnica:

Justificativa da Habilitação Técnico-Operacional

A exigência de habilitação técnico-operacional visa assegurar que a empresa contratada possua experiência prévia na execução de serviços compatíveis com o objeto da licitação, garantindo à Administração a segurança quanto à adequada prestação dos serviços.

Considerando a natureza do objeto — veiculação de conteúdo institucional em jornal impresso —, é imprescindível que a contratada demonstre conhecimento técnico e operacional compatível na área, bem como domínio dos procedimentos envolvidos na publicação de jornais impressos. A intenção desta contratação é justamente alcançar a parcela da população que não possui acesso a meios digitais, razão pela qual a exigência de experiência com jornal impresso se mostra essencial e totalmente compatível com o objeto a ser contratado. A contratação de jornal digital não atenderia essa camada da população, que constitui justamente o público-alvo e a razão da presente licitação. Adicionalmente, destaca-se que a publicação em jornal impresso exige conhecimento específico, técnicas editoriais distintas e estrutura de logística própria para produção, impressão e distribuição do material físico, elementos esses que não se aplicam a veículos exclusivamente digitais, o que reforça a necessidade de comprovação de experiência prévia nesse tipo de mídia.

As exigências estão fundamentadas no artigo 67, inciso II, da Lei nº 14.133, de 2021, bem como nos parágrafos 2º e 5º do mesmo artigo. Além disso, elas são compatíveis com o prazo de duração contratual, estipulado em 12 (doze) meses, e com as quantidades mínimas exigidas, que correspondem a 50% da quantidade estimada de centímetros de coluna desta licitação.

12.9. Justificativa para não previsão de percentual de vagas para mulheres vítimas de violência doméstica

12.9.1. Justifica-se a impossibilidade quanto à previsão de percentual mínimo de mão de obra constituída por mulheres vítimas de violência doméstica e oriundos ou egressos do sistema prisional, pelos seguintes motivos:

- a) Não há regulamentação local sobre o assunto;

12.10. Justificativa para Aplicação da Regra de Licitação Exclusiva ou por Cotas às Micro ou Pequenas Empresas

A licitação **será exclusiva** para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), conforme Art. 48, I, da Lei Complementar nº 123/2006, pelos seguintes motivos principais:

1. **Valor Inferior ao Limite Legal:** O valor estimado da contratação é de R\$ 62.020,53, ou seja, abaixo do teto de R\$ 80.000,00 o que obriga a exclusividade para ME/EPP.

Portanto, o enquadramento no limite de valor justifica a realização do certame exclusivo para ME/EPP.

12.11. Motivação sobre o momento da divulgação do orçamento da licitação (inciso XI, art. 18, Lei 14.133/2024)

O orçamento estimativo da licitação será elaborado seguindo as normas e critérios técnicos estabelecidos, garantindo que o valor refletirá com precisão a necessidade da administração pública. Em conformidade com a legislação e para assegurar a transparência do processo, o **orçamento estimativo será divulgado juntamente com o edital da licitação**. Esta prática visa proporcionar a todos os licitantes acesso às mesmas informações financeiras, permitindo uma preparação adequada das propostas e promovendo a equidade e a competitividade justa entre os participantes.

Planejamento

13. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Os principais benefícios a serem realizados com a contratação são:

- 1 - Ampliação do alcance da comunicação institucional:** Garantir que as informações sobre as atividades legislativas da Câmara de Matão cheguem ao maior número possível de cidadãos, fortalecendo a transparência e a publicidade dos atos do Poder Legislativo.
- 2 - Incentivo à participação popular:** Estimular o engajamento da população nas discussões e decisões legislativas, promovendo uma maior interação entre a Câmara e os municípios.
- 3 - Fortalecimento do controle social:** Permitir que a sociedade acompanhe e fiscalize as ações do Legislativo, contribuindo para uma gestão mais democrática e eficiente.
- 4 - Diversificação dos meios de comunicação:** Utilizar diferentes plataformas de divulgação garante que a informação alcance diversos públicos e perfis de cidadãos. No caso específico da veiculação em jornal impresso, o benefício se dá especialmente pela inclusão de uma parcela significativa da população que não utiliza ou não possui familiaridade com meios digitais. Essa estratégia amplia o alcance das informações oficiais, assegura maior equidade no acesso à comunicação pública e atende diretamente à população com menor acesso à internet ou com baixa inclusão digital, promovendo, assim, a universalização do direito à informação.
- 5 - Aprimoramento da imagem institucional:** Reforçar a proximidade da Câmara com a população, demonstrando compromisso com a transparência e a prestação de contas.

14. Providências a serem adotadas

Para a contratação de serviços de veiculação de conteúdo institucional em jornal impresso, embora se trate de um serviço direto e especializado, algumas providências devem ser adotadas para assegurar a efetividade da comunicação e o cumprimento dos objetivos institucionais. São elas:

- 1 – **Integração com o Plano de Comunicação Institucional** – Os serviços contratados devem estar articulados com o planejamento estratégico de comunicação da Câmara, assegurando que os conteúdos veiculados em jornal impresso cumpram sua função de informar com clareza e alcançar o público-alvo pretendido.
- 2 – **Definição de diretrizes editoriais** – Estabelecer critérios e padrões para a elaboração dos conteúdos a serem publicados, garantindo que as informações tenham linguagem acessível, caráter institucional e estejam alinhadas com os objetivos da Administração.
- 3 – **Planejamento e validação de cronograma de publicações** – Organizar previamente as datas e conteúdos a serem veiculados, conforme as demandas legislativas e institucionais, respeitando prazos legais e garantindo previsibilidade.
- 4 – **Monitoramento da circulação e entrega** – Acompanhar a efetiva circulação do jornal impresso na região, com especial atenção à tiragem, distribuição e abrangência territorial, assegurando que o material chegue ao público que não acessa meios digitais.
- 5 – **Ajustes estratégicos conforme necessidade** – Rever e ajustar periodicamente a estratégia de veiculação, considerando a efetividade da comunicação e eventuais mudanças de cenário que exijam maior ou menor frequência de publicações.

15. Possíveis Impactos Ambientais

A veiculação de conteúdo institucional em jornal impresso, por sua própria natureza, implica na utilização de papel, o que pode representar impacto ambiental relacionado ao consumo de recursos naturais e à geração de resíduos. No entanto, por se tratar de uma contratação de pequeno porte, com publicações periódicas e tiragens limitadas ao município, os impactos gerados são de baixa magnitude.

Para mitigar esses efeitos, a Administração poderá adotar medidas indiretas, como a inclusão de cláusula contratual sugerindo, sempre que possível, a utilização de papel reciclado ou oriundo de fontes certificadas pela empresa contratada.

Ademais, deve-se observar que o uso do jornal impresso nesta contratação se justifica por sua essencialidade ao atendimento de uma parcela significativa da população que não possui acesso a meios digitais. Trata-se, portanto, de um equilíbrio entre a função social da comunicação pública e a preocupação ambiental, sendo possível compatibilizar ambos os interesses por meio da adoção de boas práticas sustentáveis pelo fornecedor.

VIABILIDADE

16. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

Justificativa de Viabilidade: A contratação de espaço em jornal impresso para veiculação de conteúdo institucional da Câmara Municipal de Matão mostra-se viável diante da necessidade de alcançar de forma efetiva a parcela da população que não tem acesso regular a meios digitais, promovendo assim a transparência, a publicidade dos atos legislativos e o fortalecimento da participação popular.

17. Responsáveis

Maycon Wilbur Colombo – Analista de Contratações

Milton Gouveia de Lima – Diretor Administrativo

Paola Morais Rocha Gonçalves - Diretor de Comunicação e Cerimonial