

ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PREGOEIRO(A) DO CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE PERNAMBUCO - CAU/PE

Referência: Edital do Pregão Eletrônico nº 90001/2024

Processo Administrativo nº 00167.003002024-71

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO - ABRACOM, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 05.211.047/0001-18, com endereço em Rua dos Pinheiros, nº 498, Pinheiros, CEP: 05.422-902 São Paulo – SP, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no art. 164, *caput*, da Lei 14.133/21, bem como no item 10.1. do Edital, apresentar **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE LICITAÇÃO** pelas razões de fato e direito abaixo tracejadas:

1. BREVE SÍNTESE FÁTICA

1. O Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Pernambuco - CAU/PE publicou o Edital do Pregão Eletrônico nº 90001/2024, com critério de julgamento "*menor preço global*", modo de disputa "aberto", visando à contratação de empresa para prestação de "*serviço especializado em assessoria de comunicação integrada*".

2. Ocorre, no entanto, que a modalidade adotada para a contratação de tais serviços é completamente inadequada e **ilegal**, porquanto está na contramão do que dispõe a legislação vigente sobre o tema (vide o que dispõem o § único do art. 29 da Lei 14.133/21, os arts. 5º, 20-A e 20-B da 12.232/10 e art. 2º da Lei nº 14.356/22), restando o Edital publicado pelo CAU/PE eivado de vícios insanáveis, impondo-se, por consequência, sua **anulação**.

¹ Considerando-se que a data para a abertura da sessão pública restou designada para o dia 27.05.2024, o prazo de até três dias úteis para apresentar impugnação ao Edital em questão, nos termos do disposto no item 10.1. do Edital, bem como do art. 164, *caput*, da Lei 14.133/21, encerra-se no dia 22.05.2024. Afigura-se, portanto, plenamente tempestiva a presente impugnação, eis que submetida nesta data.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília – DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo – SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 – 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-040

2. SOBRE A ABRACOM

3. A Associação Brasileira das Agências de Comunicação - Abracom² é a entidade representativa das empresas que prestam serviço de gestão de relacionamentos estratégicos de comunicação corporativa/institucional, assessoria de imprensa e relações públicas. Portanto, é parte plenamente legítima para impugnar, perante este Pregoeiro, o edital em comento, no interesse de suas associadas e com vistas à defesa do interesse público envolvido no caso vertente.

3. CONTEXTO HISTÓRICO DA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

CONTEXTO HISTÓRICO

A Publicidade, a Comunicação Institucional/Corporativa e a Comunicação Digital

ANTES DE 2006

Até o ano de 2006, o órgão licitante que desejava contratar quaisquer serviços de comunicação, realizava um único processo licitatório para contratar serviços de publicidade e propaganda e esse contrato servia como "guarda-chuva" para todas as demais contratações, seja de comunicação institucional, digital ou marketing.

Em 2006, foi publicado o Acórdão 2062/2006 - TCU, que deixou claro que a agência de publicidade não pode ser utilizada de maneira inadequada para intermediar a contratação de serviços sob os quais não tem ingerência, motivo pelo qual cada serviço de comunicação passou a ter seu próprio contrato.

A PARTIR DE 2006

² <https://abracom.org.br/>



4. ILEGALIDADE DA UTILIZAÇÃO DO PREGÃO PARA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO. FRONTAL VIOLAÇÃO AOS ARTS. 5º, 20-A E 20-B, LEI 12.232/10; SÚNICO, ART. 29, LEI 14.133/21; E ART. 2º LEI 14.356/22.

4. O CAU/PE pretende contratar os serviços de comunicação utilizando-se do Pregão como modalidade de licitação. Contudo, consoante é possível se observar do contexto histórico descrito acima, tal ato é manifestamente ilegal.

5. Isso porque, a despeito do entendimento exarado pelo TCU, em 2017, no sentido de haver possibilidade de contratação de alguns desses serviços por meio do Pregão em virtude da ausência de justificativa técnica para o não parcelamento do objeto, tal entendimento **não é mais aplicável** desde o advento da Lei nº 14.356/22, que acresceu, à Lei nº 12.232/10, os artigos 20-A³ e 20-B⁴, dispondo que os serviços de comunicação, seja institucional ou digital, **também devem ser contratados observando-se, obrigatoriamente, os critérios de julgamento de “melhor técnica” ou “técnica e preço”, à semelhança do que ocorre na publicidade.**

6. Note-se que, muito embora os serviços que ora se almeja contratar não sejam especificamente de publicidade, em virtude da publicação da Lei 14.356/22, no que tange à comunicação, a contratação não pode mais ser realizada via Pregão, especialmente em virtude da natureza predominantemente **intelectual, intangível e indivisível** do referido objeto. Inclusive, essa alteração legislativa foi fruto de amplas discussões e esforços envidados por todo o segmento de comunicação, em razão das impropriedades técnicas anteriormente cometidas.

7. A preocupação em estabelecer tais definições é voltada diretamente ao interesse público, com a intuito de evitar qualquer desperdício aos cofres públicos advindos de contratações pautadas somente no preço, em que existe a possibilidade de execução contratual sem o resultado e eficiência esperados.

8. Além disso, a Nova Lei de Licitações, nº 14.133/21, dispõe, no § único de seu art. 29, que o Pregão *“não se aplica às contratações de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual e de obras e serviços de engenharia [...]”*, o que é o caso dos serviços

³ **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.**

⁴ **Art. 20-B.** Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos:

I - **relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa;** e

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

de comunicação. Afinal, essa modalidade de licitação é destinada à contratação daqueles objetos que possuem padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo edital, são os chamados bens e serviços comuns.

9. No caso da comunicação, por sua vez, é **impossível** antever os padrões de desempenho de qualidade de forma objetiva no instrumento convocatório. É o que se depreende da Instrução Normativa nº 1/2023 da SECOM, publicada em 19 de junho de 2023, que dispõe, no parágrafo 2º do seu art. 1º, que, devido às suas peculiaridades, as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital **“são de natureza intelectual, intangível e indivisível”**. Tal entendimento, inclusive, foi materializado no art. 20-A da Lei 12.232/2010.

10. Afinal, as ações de comunicação, seja no que diz respeito a uma campanha publicitária, às relações públicas, à assessoria de imprensa ou à comunicação digital, assim como em relação a outras disciplinas correlatas, dependem de um *briefing* que contempla circunstâncias de momento e a demanda é feita de acordo com as peculiaridades do problema a ser enfrentado.

11. Nesse sentido, cabe à futura contratada, no momento da demanda e a partir das ferramentas que estão à sua disposição, definir a melhor estratégia e apresentar ao gestor do contrato uma proposta técnica para solucionar o problema de comunicação exposto no *briefing*.

12. Ora, no caso sob análise, é possível verificar, a partir da simples leitura das atividades descritas no Termo de Referência do Edital em questão, que se tratam de serviços cujas descrições **se encaixam como uma luva na definição dos serviços de comunicação institucional e comunicação digital, insculpidas, respectivamente, nos arts. 20-A, §1º e 20-B, incisos I e II da Lei 12.232/2010**. Veja-se:

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UNIDADE DE MEDIDA	QTD.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	serviços de assessoria de comunicação integrada envolvendo serviços de: assessoria de imprensa, comunicação interna, comunicação digital, clipagem, participação de reuniões e presenças no CAU/PE, Elaboração de relatório, impulsionamento e administração de redes sociais.	15601	mês	12	R\$ 15.165,11	R\$ 181.974,67

ASSESSORIA DE IMPRENSA					
ITEM	DESCRIÇÃO	ESTIMATIVA	ESTIMATIV A ANUAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR ANUAL
1	Acompanhamento de entrevistas do CAU/PE nos	01 p/mês	12		

	 diversos meios de comunicação.				
2	Apuração e produção de conteúdo (releases, pautas, etc.) para divulgação junto à imprensa;	02 p/mês	24		
3	Cobertura jornalística de eventos, que tenham a participação do CAU/PE, seja eles eventos internos ou externos, produzindo materiais a serem utilizados nos veículos de comunicação interna e externa da instituição, bem como no relacionamento com a imprensa e redes sociais.	01 p/mês	12		
4	Atendimento as demandas de imprensa e veículos de comunicação contemplando nas eventuais necessidades: elaboração de respostas, assessoramento e apoio aos representantes do CAU/PE quando em contato com a imprensa.	01p/mês	12		

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

COMUNICAÇÃO INTERNA (Profissionais Arquitetos, Conselheiros, Funcionários)					
ITEM	DESCRIÇÃO	ESTIMATIV A	ESTIMATIV A ANUAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR ANUAL
1	Elaborar plano de comunicação interna específico para arquitetos e urbanistas e para o corpo de conselheiros e funcionários do Conselho, por meio de jornal digital mensal, sintetizando os eventos e participações do CAU/PE relativo ao mês anterior.	01 p/mês	12		
2	Repassar as solicitações de comunicação do CAU/BR.	1 p/mês	12		

COMUNICAÇÃO DIGITAL					
ITEM	DESCRIÇÃO	ESTIMATIV A	ESTIMATI VA ANUAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR ANUAL
1	Elaborar plano de comunicação para as plataformas digitais, contemplando site e redes sociais (mantendo a atualização permanente)	01 p/ano	1		
2	Criação de conteúdos/peças gráficas (no mínimo 12 ao mês para o feed e 12 para os stories) para postagem nas redes sociais.	12 p/mês feed 12 p/mês Stories	12		
3	Desenvolver plano de divulgação para eventos que necessitem de inscrição, iniciando a campanha de divulgação nas mídias sociais E POR EMAIL 20 dias antes da realização do evento até a efetiva realização. Mínimo de 6 postagens, utilizando o feed, stories e e-mail.	01 p/mês	12		

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS					
ITEM	DESCRIÇÃO	ESTIMATIV A	ESTIMAT IVA ANUAL	VALOR UNITÁRIO	VALOR ANUAL
1	Elaborar e apresentar, mensalmente, relatório analítico de desempenho, com clipagem e dados consolidados das plataformas digitais, abordando dentre outros, número de postagens, número de crescimento de seguidores, números de eventos cobertos, números de artigos desenvolvidos.	01 p/mês	12		

13. Portanto, uma vez se tratando de serviços essenciais de comunicação, cuja natureza é predominantemente intelectual, intangível e indivisível, deve seguir os modelos de contratação cujos critérios são os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, o que não ocorreu no caso em comento, evidenciando-se a ilegalidade do pregão ora impugnado.

14. Para que não restem quaisquer dúvidas acerca da adequada modalidade a ser adotada, confira-se a especificação dos produtos e serviços essenciais de comunicação institucional descrita no modelo de edital⁵ da Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria de Governo da Presidência da República - SECOM/PR para a contratação de tais serviços, por meio da modalidade Concorrência:

⁵ Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-comunicacao-institucional>

1.1 **Estratégia de Comunicação**

1.1.1 **Avaliação da Percepção de Imagem**

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com o CONTRATANTE e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do *briefing*, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

1.1.4 **Plano Estratégico de Comunicação Institucional**

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo órgão/entidade junto a seus públicos.
- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE.
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

1.2 **Assessoria de Imprensa**

1.2.1 **Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação**

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, no atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais. Inclui as seguintes atividades:

- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Atendimento presencial.
- Consulta a fontes.
- Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais da quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília – DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo – SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 – 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-040

1.2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, na **realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais - com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE**, incluindo as seguintes atividades:

- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Contatos presenciais.
- Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais com as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

1.2.3 Entrevista Coletiva

Descritivo: **Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do Governo Federal junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação**. As atividades incluem:

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

1.5 Produção de Conteúdos

1.5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: **Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais** (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como *press-releases*, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

1.4.4 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: **Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.**

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

15. Não obstante, veja-se, ainda, a especificação dos produtos e serviços essenciais de comunicação digital descrita também no modelo disponibilizado pela SECOM/PR para a contratação de tais serviços, por meio da modalidade Concorrência:

1.3.4 Planejamento de Conteúdo

Descritivo: **Estabelecer, a partir de briefing de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo.** O serviço compreende as seguintes atividades:

- Definição de temas a serem abordados para o projeto específico.
- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema.
- Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico.
- Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de infográficos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos;
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo do Governo Federal (ex: Vocabulário Controlado do Governo Eletrônico - VCGE).
- Definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdos.

Entregas:

- Arquivo texto contendo o Planejamento de Conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do **órgão/entidade**;
- Arquivo de apresentação gráfica com o resumo das diretrizes e orientações.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília – DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo – SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 – 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-040

1.3.7 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo: Realização dos seguintes tipos de atividades para planejamento de comunicação e/ou atuação estratégica em determinado projeto:

- Identificação do objetivo estratégico da ação.
- Reunião com a equipe do órgão/entidade para discussão do *briefing*, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos.
- Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto ao órgão/entidade.
- Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Análise do público interno e externos.
- Estudo exploratório sobre as necessidade e expectativas de cada público em relação ao projeto.
- Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking).
- Levantamento da Matriz *Swot* (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes).
- Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdos a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos.
- Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas.
- Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal.
- Proposição de indicadores de avaliação de *performance* (KPI's).

Entregas: Arquivo texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.

1.7 Peças Digitais

1.7.1 Infográfico

Descritivo: Criação e produção de conteúdo com a utilização de recursos gráficos e/ou interativos e textos breves.

Entregas: Arquivo de imagem digital em alta resolução e arquivo digital aberto.

1.10 Redes Sociais

1.10.1 Conteúdo para Redes Sociais

Descritivo: Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e *tagueamento*.

Entregas: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.

1.6.3 Pauta

Descritivo: Elaboração de documento com o detalhamento e definição de tipos de conteúdos, abordagens, formatos e indicação de fontes, para divulgação de determinado tema em uma propriedade digital.

Entregas: Documento com a pauta, em arquivo texto e arquivo de planilha eletrônica.

16. Sobreleva-se, neste ponto, que referidos modelos de edital foram elaborados a partir dos procedimentos que devem ser adotados nos processos licitatórios do Poder Executivo Federal e visa

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília - DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 - 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo - SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 - 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040

a auxiliar os órgãos e as entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM, na contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação, nos termos da Lei de Licitações e, de forma complementar, da IN MP nº 05/2017 e da IN SECOM relativa à matéria, **observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis ao objeto**, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

MODELO DE EDITAL

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE
SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Esta minuta de Edital foi elaborada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR a partir dos procedimentos que devem ser adotados nos processos licitatórios do Poder Executivo Federal e visa auxiliar os órgãos e as entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, **na contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional, nos termos da Lei nº 14.133** e, de forma complementar, da Instrução Normativa MP nº 05/2017, Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, **observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.**

17. Isto posto, a partir da comparação entre os serviços que o CAU/PE pretende contratar e os serviços descritos nos modelos de edital da SECOM/PR, é possível constatar, de forma inconteste, que se tratam dos mesmos serviços.

18. Note-se, contudo, que, ao contrário do CAU/PE, a SECOM/PR adotou modalidade capaz de aferir a capacidade técnica necessária para a adequada execução dos serviços de comunicação, objeto do contrato, observando as melhores práticas do seguimento, bem como agindo em consonância com a legislação federal específica sobre o tema.

19. Assim, é possível perceber tamanho desconhecimento não apenas quanto aos serviços que o CAU/PE almeja contratar, mas também da própria Lei que, após sua publicação, **adotar uma modalidade de licitação que envolva o tipo “menor preço” para contratação dos serviços de comunicação se tornou manifestamente ilegal**, devendo o órgão observar a aplicação da Lei ao caso concreto.

BRASÍLIA

SHS Quadra 06, Conjunto A, Bloco A, Sala 810,
Ed. Brasil 21, Brasília – DF
CEP: 70316-102

SÃO PAULO

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1455 – 4º andar
Vila Nova Conceição, São Paulo – SP
CEP: 04543-011

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 228 – 16º andar
Botafogo, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-040

20. Assim, por todos os ângulos, cristalino é o fato de que o edital ora impugnado está manifestamente contrário ao previsto na legislação e, mais precisamente, viola os termos das Leis nº 14.133/2021, 12.132/2010 e nº 14.356/2022, o que torna sua ilegalidade ainda mais escancarada, motivo pelo qual a anulação do Pregão em comento é a medida que se impõe.

5. DOS PEDIDOS

21. Ante o exposto, requer:

- a)** Seja a presente recebida e processada como Impugnação ao Edital da licitação em comento;
- b)** Sejam as razões aqui expostas analisadas e sopesadas para embasar uma decisão no sentido de anular o Pregão em curso, reiniciando o processo por meio de licitação na modalidade Concorrência, tipo "melhor técnica" ou "técnica e preço", eis que mais adequada e vantajosa para o Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Pernambuco - CAU/PE, em consonância com o determinado em lei;
- c)** Não sendo essa a decisão da Comissão Julgadora - o que se cogita apenas para argumentar -, requer seja o presente enviado à autoridade superior, devidamente instruído, para deliberação acerca do pedido aqui deduzido.

Nestes termos, pede deferimento.

Brasília - DF, 22 de maio de 2024.

EMERSON FRANCO DE MENEZES
OAB SP 133.039 | OAB DF 52.306

FLÁVIA LIMA COSTA
OAB DF 54.858

ANA CLARA DE MORAIS TORRES
OAB DF 74.807

Impugnação - Abracom - CAU-PE.pdf

Documento número #7268583f-80f0-418c-a9b8-1aea01734072

Hash do documento original (SHA256): 3fb6656926f5004a7e03aac21a7cb61d457f075e28388e037aa91b675f11474f

Hash do PAdES (SHA256): 4c875353f68164a231bc1d95d016b02e5088137716203b9ec687b4548ff97569

Assinaturas

✓ ANA CLARA DE MORAIS TORRES

CPF: 034.895.281-31

Assinou em 22 mai 2024 às 16:57:05

Emitido por AC VALID RFB v5- com Certificado Digital ICP-Brasil válido até 11 mai 2026

Log

- 22 mai 2024, 16:56:23 Operador com email ana.torres@francodemenezes.com.br na Conta 6ed7575b-7182-49ab-a110-6a83e026b657 criou este documento número 7268583f-80f0-418c-a9b8-1aea01734072. Data limite para assinatura do documento: 21 de junho de 2024 (16:55). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 22 mai 2024, 16:56:24 Operador com email ana.torres@francodemenezes.com.br na Conta 6ed7575b-7182-49ab-a110-6a83e026b657 adicionou à Lista de Assinatura: ana.torres@francodemenezes.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Certificado Digital; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo ANA CLARA DE MORAIS TORRES e CPF 034.895.281-31.
- 22 mai 2024, 16:57:06 ANA CLARA DE MORAIS TORRES assinou. Pontos de autenticação: certificado digital, tipo A3 e-cpf. CPF informado: 034.895.281-31. IP: 186.193.10.114. Componente de assinatura versão 1.867.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 22 mai 2024, 16:57:06 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 7268583f-80f0-418c-a9b8-1aea01734072.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 7268583f-80f0-418c-a9b8-1aea01734072, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.