



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Versão 2022.2 (Nova Lei de Licitações)

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS	
Descrição do problema	Publicidade dos editais de licitação em jornal de grande circulação em atendimento ao art. 54 da Lei nº 14133/2021.
Setor demandante	Seção de Elaboração de Editais
Coordenadoria demandante	Coordenadoria de Licitações e Contratos
Secretaria demandante	Secretaria de Administração
Categoria do Objeto:	SERVIÇO s/ MÃO DE OBRA
PAD nº:	30698/2022
Integrante demandante	Maria Carolina Marques Gomes
Integrante técnico	Divaní da Silva Carvalho
Integrante administrativo	Sandra Mara Kovalski dos Santos

2. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (item obrigatório)
<p>A necessidade da contratação advém de determinação legal, qual seja: a exigência de publicidade dos editais de licitação em jornal diário de grande circulação, conforme disposto no art. 54 da Lei n. 14.133/2021:</p> <p><i>Art. 54. A publicidade do edital de licitação será realizada mediante divulgação e manutenção do inteiro teor do ato convocatório e de seus anexos no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).</i></p> <p>§ 1º Sem prejuízo do disposto no caput, é obrigatória a publicação de extrato do edital no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, bem como em jornal diário de grande</p>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

circulação.

3. HOUVE PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL - PCA¹?

SIM

A demanda foi prevista na proposta orçamentária do ano em curso no ID 23PO093.

4. HISTÓRICO DAS CONTRATAÇÕES SIMILARES REALIZADAS PELO TRE-PR ou OUTROS ÓRGÃOS

Foi pesquisado no Sistema ETP Digital, os ETP de outras unidades, como forma de identificar soluções semelhantes que possam se adequar à demanda da Administração?

SIM

PAD ou EDITAL	OBJETO	Doc.
Edital de Credenciamento 001/2021/SECC - Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura	Credenciamento de empresas jornalísticas e editoras de jornais com circulação diária, a nível nacional, estadual e municipal/regional, para serviços de publicidade legal para atender a Administração Pública do Estado do Paraná.	449447/2022
PE 11/2022 - TRE/RS	Prestação de serviços, sob demanda, de veiculação de publicidade legal, dos atos emanados do TRE-RS, em jornal impresso, diário e de grande circulação no Estado do Rio	483389/2022

¹ Disponível em: <https://www.tre-pr.jus.br/transparencia-e-prestacao-de-contas/gestao-das-aquisicoes-e-contratacoes/plano-anual-de-contratacao>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	Grande do Sul, incluindo Porto Alegre	
PE 4583/2022 - TRT 12	Contratação de empresa especializada para publicação de avisos de editais de licitação e outras publicações legais em jornal diário de grande circulação no estado de Santa Catarina, com edição impressa e/ou digital	480004/2022

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (item obrigatório)

Inicialmente há que se tratar das definições “jornal diário” e “grande circulação”, bem como da natureza da publicação (impressa ou digital). A matéria é controvertida, bastante debatida, mas a respeito da qual não há conclusões uniformes, claras e objetivas.

5.1 - Da definição de “jornal diário”

Conforme consulta realizada pelo TRE/RS à Associação Nacional de Jornais - ANJ acerca da conceituação de jornal diário (conforme documento 446631/2022), obteve-se a seguinte resposta:

Desde 1998 a WAN-IFRA – Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias adota a definição da UNESCO para jornais diários com o objetivo de padronizar e facilitar comparações internacionais. De acordo com essa definição, usada pelo World Press Trends (publicação da Associação que reúne dados sobre a imprensa em todo o mundo), jornais diários são aqueles publicados no mínimo quatro dias por semana. Jornais não diários são aqueles publicados 3 dias ou menos.

Considerando a resposta acima e seguindo a rotina de veiculação das edições do Diário Oficial da União, no qual as publicações dos editais também são obrigatórias, que ocorre somente de segunda a sexta-feira, será adotado o entendimento **de que o jornal diário é o que deverá ser publicado de segunda a sexta-feira.**



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

5.2 - Da definição de “grande circulação”

Em relação à expressão “jornal de grande circulação”, não se localizou norma de caráter geral que traga parâmetro objetivo para tal conceituação. Não há, em nenhum normativo, atribuição de valores, quantitativos ou percentuais, por exemplo, de tiragem, circulação, abrangência territorial ou outra equivalente. Apesar da vasta pesquisa, não foi encontrado nenhum julgado do Tribunal de Contas – TCU que elucide a questão. A doutrina, por sua vez, também é muito vaga acerca desse tema.

Em consulta à Zênite e JML realizadas pelo TRE/RS (conforme documento 446687/2022), foram obtidas as informações, cujos principais trechos estão transcritos abaixo:

Trecho da resposta da Zênite Consultoria:

(...)

Mas o que é mais interessante é que a Lei claramente estabeleceu a obrigação de o extrato do edital ser divulgado em jornal diário de grande circulação sem, todavia, definir o que se deve entender por tal veículo de imprensa. Diante disso, tudo sugere que tal omissão deve ser suprimida mediante um processo interpretativo que considere a realidade das coisas, deixando de lado questões de índole senão puramente abstratas, muito influenciadas por definições dessa natureza.

Trecho da resposta da JML:

(...)

Não apresenta, contudo, o conceito de “jornal diário de grande circulação”, o que gera certas dúvidas aos aplicadores da norma.

De todo modo, tem-se que a expressão “jornal diário de grande circulação” é relativa a veículo de divulgação diária e que tenha um alcance abrangente, isso é, seja lido por grande número de pessoas.



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

*Não é preciso, portanto, que esse veículo seja o de maior tiragem, nem o mais vendido. **Basta que circule com frequência, regularidade e que seja utilizado como fonte de informação por grande parte da população**, de modo que a licitação seja amplamente divulgada e se viabilize a ampla competição.*

(...)

Modesto Carvalhosa² ao examinar a expressão, identifica:

Jornal de grande circulação é o que tem serviço de assinaturas e é vendido nas bancas do município em que é editado ou distribuído. Não prevalece, portanto, para caracterizar a grande circulação, qualquer critério quantitativo, mas sim distributivo.

Mariangela Monezi³ por seu turno, define assim:

Entende-se por 'jornal' o que se publica, no mínimo, cinco dias na semana, a exemplo do próprio Diário Oficial do Estado de São Paulo que tem cinco publicações semanais.

E por 'grande circulação' entende-se o jornal cuja distribuição é feita na localidade em que é editado de forma regular e de fácil acesso aos acionistas.

Sobre o assunto, o Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina, no processo nº 239/37MAR/1997, posicionou-se no seguinte sentido:

“diário de grande circulação”, empregada no texto da lei ora em comento, como aquele periódico que tem ampla circulação no território do estado, ou seja, um periódico bastante aceito e consumido pela

² Modesto Carvalhosa, Comentários à Lei de Sociedades Anônimas, vol. 4, tomo II, São Paulo: Saraiva, 2003, p 521.

³ MONEZI, Mariangela, Disponível em: https://www.conjur.com.br/2004-fev06/normas_publicacoes_legais_sociedades_anonimas



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

população, em se tratando do estado, que atinja quase todos os municípios, senão todos. O mesmo sentido deve ser dado com relação ao município, o jornal local deverá atingir a quase todas as classes e faixas da população. A Administração não poderá aceitar contratar com jornais que atinjam apenas uma categoria de profissionais, ou apenas uma facção da sociedade”.

Em consulta ao site da Secretaria de Comunicação Social e Cultura do estado do Paraná, verificou-se que houve recentemente credenciamento de empresas jornalísticas e editoras de jornais com circulação diária, a nível nacional, estadual e municipal/regional, para serviços de publicidade legal, para atender a Administração Pública do Estado do Paraná (documento 449447/2022). No credenciamento em questão, o critério para que o jornal fosse considerado como de abrangência estadual, foi a distribuição em pelo menos 40 (quarenta) municípios paranaenses, incluída a capital. Durante todo o período de credenciamento, que durou 12 (doze) meses (finalizado em 07/2022), apenas 1 (um) jornal foi considerado de abrangência estadual: a Folha de Londrina (documento 449464/2022).

Considerando-se como região administrativa de Curitiba (Curitiba e Região Metropolitana), restaram credenciados os seguintes jornais (documento 449464/2022): Jornal Agora Paraná, Bem Paraná, Jornal do Ônibus, Diário Indústria e Comércio e Jornal Metrópole, cuja comprovação de circulação diária mínima atendeu o critério estabelecido de 5.000 (cinco mil) exemplares.

Em consulta à EBC - Empresa Brasil de Comunicação informou-se que os jornais que atendem a publicidade legal no âmbito do estado do Paraná para o executivo federal são: Tribuna do Paraná, Folha de Londrina, Bem Paraná e Diário Indústria e Comércio, conforme documento 449479/2022.

Foi formulada consulta ao IVC (Instituto Verificador de Circulação), com intuito de se verificar o posicionamento daquele órgão acerca dos jornais de grande circulação no estado (doc. 480008/2022), porém a resposta foi no sentido de que o IVC não classifica os filiados de acordo com a sua circulação e que os dados são disponíveis apenas para os associados.



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

Assim, após as pesquisas realizadas, verifica-se que, além da Folha de Londrina, Jornal Bem Paraná e Tribuna do Paraná, que foram considerados como jornais de grande circulação na última contratação deste objeto (PAD 535/2018), existem outros jornais igualmente aptos. Assim, os jornais não serão fixados, **entendendo-se que, todos os jornais que circulam, de segunda a sexta-feira, obrigatoriamente, em Curitiba e Região Metropolitana (e desejavelmente no Litoral do Paraná e parte do interior do estado), com circulação efetiva média mínima diária de 5.000 (cinco mil) exemplares no estado do Paraná, comprovadas através de um órgão de controle oficial e reconhecido, atenderão aos requisitos da contratação.** É importante ressaltar que a circulação não se confunde com tiragem para os jornais impressos, já que a tiragem se refere ao número de exemplares impressos e a circulação refere-se ao número de exemplares que efetivamente chegam às mãos do eleitor, conforme informação da IVC (Instituto Verificador de Comunicação) no documento 450864/2022.

5.3 - Da natureza da publicação (impressa ou digital):

A questão é bastante controversa. Abaixo estão as pesquisas realizadas e os principais aspectos a serem considerados.

A Consultoria Zênite⁴, em publicação do ano de 2016, manifestou-se no seguinte sentido:

(...)

*Não obstante seja possível defender o racional acima, deve-se destacar que, por uma linha mais conservadora, a norma relativa à divulgação em “jornal de grande circulação” **somente seria atendida se a publicidade ocorresse em jornal impresso.** Isso porque tudo indica que a ideia que baseou a definição de exigências dessa natureza envolve apenas **jornais físicos, ou seja, editados em meio impresso e assim distribuídos pelos seus editores.** Não sem motivo, as regras aludem à “jornal de grande circulação”, o que, em uma análise*

⁴ Publicidade – Veiculação em jornais de grande circulação X jornais eletrônicos. Revista Zênite – Informativo de Licitações e Contratos (ILC), Curitiba: Zênite, n. 268, p. 600-602, jun. 2016, seção Orientação Prática



preliminar, é atributo exclusivo dos jornais físicos, pois somente eles podem circular e, o que é mais importante, tem a referida circulação mensurada quantitativamente.

Na verdade, sob a perspectiva exclusivamente conceitual, a expressão “jornal de grande circulação” pode ser atribuída ao periódico que tem ampla circulação (aceitação + consumo) no território regional/nacional. Essa realidade seria capaz de sustentar o entendimento por meio do qual a divulgação do edital em jornal eletrônico não parece apta para cumprir normas que exigem publicação em “jornal de grande circulação”.

A mesma consultoria (Zênite)⁵, em parecer datado de 2022 (doc. 480000/2022), mostra posicionamento oposto:

Portanto, em atenção à finalidade da norma, e eficácia pertinente, entende-se que o jornal diário de grande circulação a que alude o art. 54, §1º da Lei nº 14.133/21 não se restringe apenas aos periódicos físicos, abrangendo, também, aqueles exclusivamente eletrônicos, desde que de amplo acesso, disponibilizados ao público em geral.

O novo posicionamento da Zênite vai ao encontro da grande evolução tecnológica vivenciada pelo país nos últimos anos e da qual, sem sombra de dúvidas a Lei 14133/2021 é partidária, considerando-se que, conforme trecho abaixo transcrito do mesmo parecer,

“um dos veículos de publicação obrigatória é justamente o PNCP, concebido com um sítio eletrônico dirigido a promover a divulgação dos atos praticados na aplicação da Lei nº 14.133/2021 (art. 174 e seguintes). Some-se a isso que boa parte dos Diários Oficiais mencionados no art. 54, §1º, nos quais também é obrigatória a

⁵ ZENITE, Equipe Técnica. Lei nº 14.133/21 e “jornal diário de grande circulação”: pode ser eletrônico? Zênite Fácil, categoria Doutrina, 03 jun.2022. Disponível em: <http://www.zenitefacil.com.br>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

divulgação do aviso de licitação, igualmente não possuem versões físicas, mas apenas digitais.

Exemplo disso é o Diário Oficial da União...”

A consultoria JML, mediante consulta feita por este órgão (doc 480001/2022), manifesta-se no sentido de que a publicação em jornal exclusivamente online não é suficiente, conforme trechos transcritos abaixo:

“IV - Ou seja, entende-se que o jornal, para atendimento da exigência contemplada no § 1º do art. 54 da Lei 14.133/2021, deve, na atualidade, ter grande circulação tanto em meio físico como em meio eletrônico, uma vez que ainda há muitos que ainda não utilizam esse último (meio eletrônico) em nosso País, muito embora se deva reconhecer que a tendência é, em um futuro não muito distante, a alteração desse panorama. A própria derrubada, pelo Congresso Nacional, do veto apostado pelo Presidente da República ao § 1º do art. 54 parece evidenciar esse aspecto, dado que, com a manutenção da exigência da divulgação do edital em jornal diário de grande circulação, se preteriu a preferência da publicidade apenas em meios eletrônicos, o que é tido, pela grande maioria dos doutrinadores, como um retrocesso.

V - Enfim, não se considera suficiente para os fins em exame a publicação do aviso do edital de licitação exclusivamente em jornal eletrônico, posto que, ao menos em tese, isso pode restringir a competitividade, na medida que alguns podem alegar, especialmente em face de objetos de mais simplificados que comumente são comercializados por pequenos empresários, a ausência de acesso a tais meios de divulgação.

VI - É preciso reconhecer, no entanto, em que pese o posicionamento externado ser mais cauteloso e por isso recomendável, que a questão pode comportar entendimento diverso, a exemplo do defendido pela Consultoria Zênite, que aponta ser aceitável, para o atendimento do



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

preceito em discussão, a publicação em jornal eletrônico de grande alcance.”

Quanto ao veto presidencial mencionado pela JML no item IV transcrito acima. Essa era a redação original do dispositivo:

Sem prejuízo do disposto no caput, é obrigatória a publicação de extrato do edital no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, bem como em jornal diário de grande circulação.

Essa foi a razão presidencial para o veto:

“A propositura legislativa dispõe que, sem prejuízo da divulgação e manutenção do inteiro teor do ato convocatório e de seus anexos no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), é obrigatória a publicação de extrato do edital no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, bem como em jornal diário de grande circulação.

Todavia, e embora se reconheça o mérito da proposta, a determinação de publicação em jornal de grande circulação contraria o interesse público por ser uma medida desnecessária e antieconômica, tendo em vista que a divulgação em ‘sítio eletrônico oficial’ atende ao princípio constitucional da publicidade.

Além disso, tem-se que o princípio da publicidade, disposto no art. 37, “caput” da Constituição da República, já seria devidamente observado com a previsão contida no “caput” do art. 54, que prevê a divulgação dos instrumentos de contratação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), o qual passará a centralizar a publicidade dos atos relativos às contratações públicas.”



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

Várias entidades ligadas à área jornalística tiveram papel atuante junto aos congressistas e importância na mencionada derrubada. Como exemplo, citamos parte de publicação do Correio Braziliense⁶:

Entidades ligadas à imprensa contestam os motivos apresentados pelo mandatário para barrar a divulgação em jornais impressos das informações relacionadas a licitações públicas e apelam ao Congresso para que os vetos sejam derrubados. “Além de violarem o dever de transparência, os vetos podem representar o fechamento de grande parte dos jornais municipais e regionais, gerando desemprego em toda uma cadeia de serviço”, ponderou o presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Paulo Jeronimo.

Diretor-executivo da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Ricardo Pedreira acrescentou que, independentemente da criação do PNCP, os governos precisam dar publicidade às suas contratações em todos os meios de comunicação possíveis. Além disso, ele teme que o site que concentrará todas as informações relacionadas a licitações públicas dos três níveis da Federação e dos Três Poderes da República fique sobrecarregado e vulnerável à ação de hackers.

“Não publicar os editais de licitação pública nos jornais é uma iniciativa de obscurantismo, de tornar opaco esse ambiente de uso público. Isso é a última coisa que se quer. Divulgar na mídia impressa é uma questão de evitar fraudes, de garantir que todo mundo tenha conhecimento sobre os atos do governo, sobretudo o cidadão da cidade pequena. Esperamos que os parlamentares defendam essa transparência e se coloquem do lado do que já haviam aprovado”, comentou Pedreira.

Em artigo do Correio Braziliense encontra-se o que segue⁷:

⁶ <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/05/4921747-reacao-a-veto-de-bolsonaro.htm>

⁷ <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/05/4921747-reacao-a-veto-de-bolsonaro.htm>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

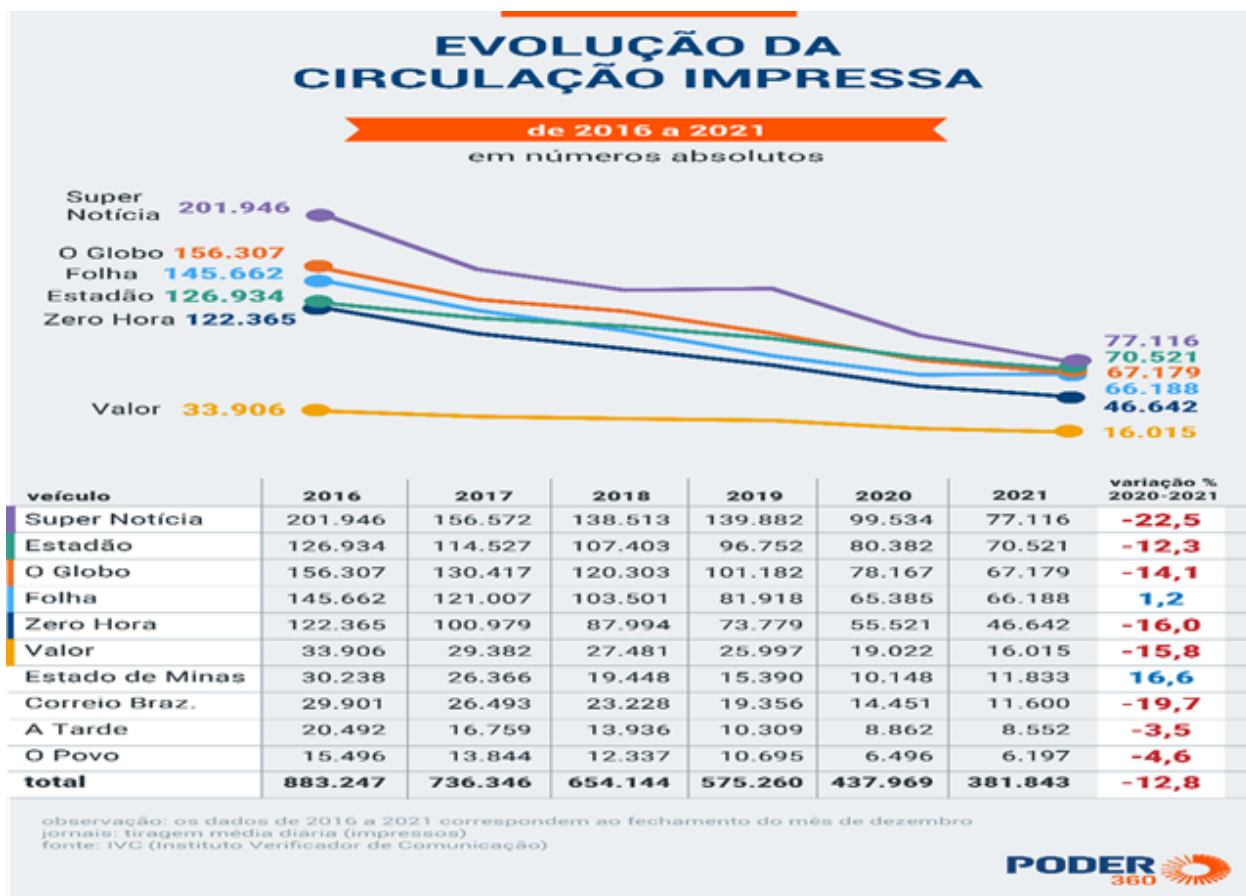
*No Congresso, uma das vozes contrárias ao veto de Bolsonaro à publicação de editais em jornais de grande circulação é o senador Antonio Anastasia (PSD-MG), relator do projeto que deu origem à nova versão da Lei de Licitações. Em seu parecer, ele **manteve a necessidade da presença dos documentos em veículos impressos**. O parlamentar assegurou a posição mesmo após a rejeição imposta pelo chefe do Planalto. “Continuarei a defender essa proposta porque acredito na sua relevância para maior transparência dos processos licitatórios, tão importante, especialmente nos dias de hoje”, disse.*

A consultoria Sollicita, mediante consulta formulada, não emitiu parecer conclusivo acerca da questão, citando opiniões contrárias e favoráveis tanto à publicidade em jornal impresso quanto em meio online e orientando que se fizesse consulta forma àquele órgão a fim de verificar seu posicionamento (doc. 480003/2022), o que não nos pareceu produtivo neste momento, visto as demais pesquisas realizadas.

O TRT 12, nos seus Estudos Técnicos Preliminares referentes à contratação do mesmo objeto, optou pela possibilidade de publicação em jornal de grande circulação on-line ou impresso (doc. 480004/2022). Os estudos trazem dados que refletem uma redução significativa entre 2016 e 2021 das circulações impressas de 10 (dez) grandes jornais brasileiros e o aumento da circulação digital:



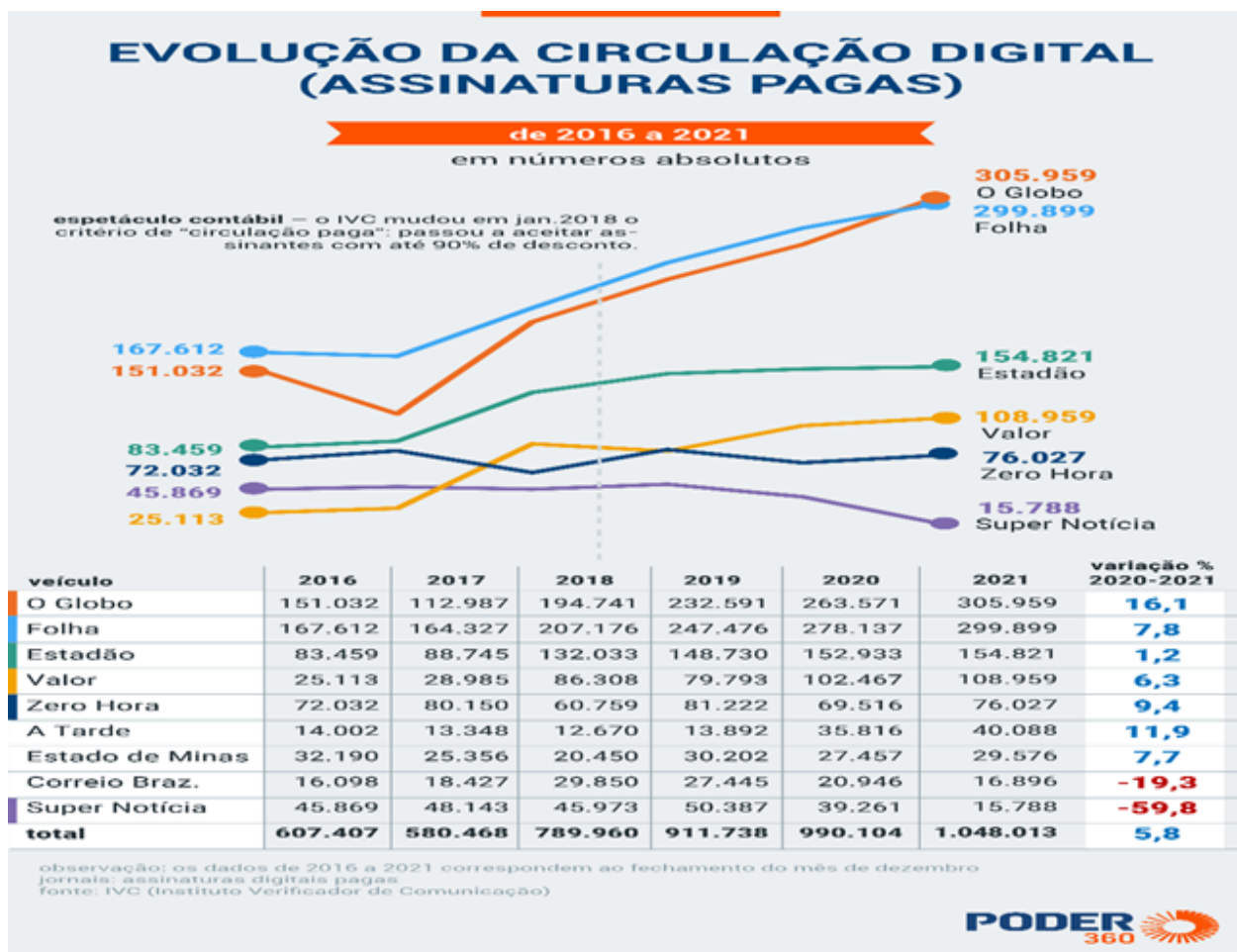
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ



Fonte: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-em-2021-impresso-cai-13-digital-sobe-6/>. Acesso em 01/11/2022.



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ



Fonte: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-em-2021-impresso-cai-13-digital-sobe-6/>. Acesso em 01/11/2022

De acordo com os Estudos Técnicos Preliminares do TRT 12,

“Muitos são os fatores que explicam a inversão na curva das circulações impressa e digital e um que ganha destaque no presente estudo diz respeito à distribuição do periódico. A distribuição do jornal impresso, longe de dúvidas, vem acompanhada de uma série de aspectos que limitam a própria atuação do jornal como um veículo efetivo de notícias. A diferença entre o tempo de fechamento das edições e o efetivo recebimento da edição impressa por parte do assinante pode, em alguns casos, chegar a dias, considerando as



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

limitações logísticas que um ou outro periódico possa enfrentar, isso sem mencionar aquelas regiões em que as entregas nem são possíveis.

Tais desafios não são enfrentados pelas edições digitais, que encontram em sua grande capilaridade um caminho para crescimento no consumo de notícias”.

Em outro trecho dos Estudos Técnicos Preliminares, o TRT 12 manifesta-se no seguinte sentido:

“Se considerada a finalidade da ampla divulgação e publicidade dos avisos de licitações, é de se inferir que a busca deve ser pela ampliação do alcance, e não da restrição. Assim, tem-se que a interpretação do que vem a ser “jornal diário de grande circulação” precisa acompanhar a evolução do mercado na busca pelo cumprimento dessa finalidade, aceitando tanto o formato impresso quanto o digital para veicular as publicações dos avisos.”

O entendimento adotado por esta equipe de planejamento, considerando todo o exposto anteriormente, visando a ampliação da competitividade e compartilhando do entendimento de que a tendência do mercado é o crescimento e alcance cada vez maior da mídia digital, é de que a publicação deverá ocorrer em meio digital e/ou impresso.

6. OUTROS REQUISITOS (item obrigatório)

É possível a utilização de mão de obra, materiais, tecnologias e matérias-primas existentes no local da execução, conservação e operação do bem, serviço ou obra, desde que não haja prejuízos à competitividade do processo licitatório e à eficiência do respectivo contrato, nos termos do [§ 2º do art. 25 da Lei nº 14.133, de 2021](#)?

NÃO

Justificativa:

Não se aplica à contratação.

Será exigido em edital ou em aviso de contratação direta, que os serviços de manutenção e assistência técnica deverão ser prestados mediante deslocamento de técnico ou disponibilizados em unidade de prestação de serviços localizada em distância compatível com suas necessidades, conforme dispõe o § 4º do art. 40 da Lei nº 14.133, de 2021.



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

NÃO

Justificativa:

Não se aplica à contratação.

Foi avaliado se as contratações anteriores voltadas ao atendimento de necessidade idêntica ou semelhante à atual, como forma de melhorar a performance contratual, em especial nas contratações de execução continuada ou de fornecimento contínuo de bens e serviços, com base, inclusive, no relatório final de que trata a alínea “d” do inciso VI do § 3º do art. 174 da Lei nº 14.133, de 2021.

SIM

Justificativa: Ainda que a contratação anterior tenha atendido a necessidade da Administração, os estudos mostram que há possibilidade de aumentar a competitividade, permitindo a participação de agências de publicidade. Ainda, a possibilidade de a publicação ocorrer somente em meio digital, vai ao encontro da tendência crescente de mercado.

Será adotado o critério de julgamento técnica e preço? Em caso positivo, justifique.

NÃO

Justificativa:

Não se aplica à contratação.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO & QUADRO COMPARATIVO DAS SOLUÇÕES (item obrigatório)

SOLUÇÃO 1 :

Contratação por inexigibilidade com a Empresa Brasil de Comunicação- EBC

A Empresa Brasil de Comunicações - EBC distribui aos veículos de comunicação a publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal. Este serviço é realizado com base na Lei n. 11.652, de 7 de abril de 2008, que confere à EBC a competência da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração federal, exceto a veiculada pelos órgãos oficiais da União.

O Decreto n. 6.555/2008 estabelece que a divulgação da publicidade legal dos órgãos e entidades da Administração Federal, em veículos da imprensa comercial (jornais de grande circulação de determinada região) deve ser obrigatoriamente feita por intermédio da



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	EBC, à exceção daquela veiculada nos órgãos oficiais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Trata-se, pois, de obrigatoriedade para o Executivo Federal A EBC, por intermédio da Gerência de Publicidade, atua como uma agência de propaganda, distribuindo a publicidade legal em jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e sítios na internet, de acordo com a necessidade do cliente. A EBC não cobra pelos serviços de produção, diagramação e revisão dos anúncios. Sua remuneração corresponde a 20% do preço final cobrado pelos veículos de comunicação, a título de comissão de intermediação da publicação
<i>Quantidade de itens a contratar</i>	1
<i>Prazo de entrega e execução</i>	<i>Dia útil seguinte à solicitação, salvo disposição diferente</i>
<i>Possibilidade de parcelamento</i>	NÃO
<i>Estimativa Preliminar de valor</i>	<i>R\$ 54,00 (cinquenta e quatro reais) por cm/cl, média entre os valores apresentados para os 3 (três) jornais considerados, conforme orçamento apresentado no doc. 449835/2022.</i>
<i>Vantagem</i> <input type="checkbox"/>	Não há
<i>Desvantagem</i> <input type="checkbox"/>	<i>Considerando que não há obrigatoriedade de contratação da EBC pelo Judiciário Federal, esta solução será descartada. E, ainda que fosse possível a sua contratação, esta não seria economicamente vantajosa, pois há cobrança de comissão de intermediação da publicação, no valor de 20%, sobre o preço final cobrado pelos veículos de comunicação.</i>
SOLUÇÃO 2:	Contratação por licitação de empresas jornalísticas
<i>Quantidade de itens a contratar</i>	1
<i>Prazo de entrega e execução</i>	<i>Dia útil seguinte à solicitação, salvo disposição diferente</i>
<i>Possibilidade de parcelamento</i>	NÃO



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

<i>Estimativa Preliminar de valor</i>	<i>R\$ 44,00 (quarenta e quatro reais) por cm/cl, média entre os valores apresentados nos orçamentos apresentados nos docs. 449842/2022 e 449851/2022. Foram solicitados orçamentos para a Folha de Londrina, Jornal Indústria e Comércio, Jornal Agora Paraná, Jornal do Ônibus e Jornal Metrópole, porém sem retorno.</i>
<i>Vantagem</i> <input type="checkbox"/>	
<i>Desvantagem</i> <input type="checkbox"/>	<i>Diminuição da competitividade, considerando que agências de publicidade também podem prestar este serviço, com possibilidade de impugnação por parte das agências. A alegação é no sentido de que determinar o objeto para contratação de empresa jornalística impede a participação de empresas que, não sendo empresas jornalísticas, têm como objeto a venda de espaço para publicação de anúncios. Esse segmento argumenta que o relevante para a Administração é a publicação, e não a contratação da empresa jornalística.</i>
SOLUÇÃO 3:	Contratação por licitação de agências de publicidade
<i>Quantidade de itens a contratar</i>	1
<i>Prazo de entrega e execução</i>	<i>Dia útil seguinte à solicitação, salvo disposição diferente</i>
<i>Possibilidade de parcelamento</i>	NÃO
<i>Estimativa Preliminar de valor</i>	<i>R\$ 18,00 (dezoito reais), conforme orçamento apresentado no doc. 480014/2022. Foram solicitados orçamentos às agências Soluções Publicidade, Agência VM, Engenhonet, Ag. Turbo, Candy Shop e Master, porém não houve retorno.</i>
<i>Vantagem</i> <input type="checkbox"/>	
<i>Desvantagem</i> <input type="checkbox"/>	<i>Diminuição da competitividade. De acordo com o levantamento feito pelo TRE/RS nos Estudos Técnicos Preliminares que embasaram a sua última contratação do mesmo objeto e no qual baseou-se este Estudo Técnico Preliminar, verificou-se que, quando os editais permitem a participação de ambos os</i>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p>segmentos, as empresas jornalísticas têm impugnado o edital, sob a justificativa de que os serviços independem de profissionais da área de publicidade, considerando que as matérias veiculadas serão de total criação do órgão licitante, restando à contratada apenas a publicação em seu jornal. Alegam, ainda, que os serviços de publicidade, que envolvem a intermediação de agências, dizem respeito a matérias criativas, com objetivo de dar à mensagem publicitária o máximo de rendimento e impacto, como descrito no Decreto Federal n. 57.690/1966, o qual regulamentou o conceito de publicidade e propaganda previsto na Lei n. 4.680/1965. Entendem, ainda, que nesse caso haveria uma subcontratação total do objeto</p>
SOLUÇÃO 4:	Contratação mediante Credenciamento (abertura de edital de chamamento público visando o credenciamento de interessados, que cumpram os requisitos necessários, para a prestação do serviço)
Quantidade de itens a contratar	1
Prazo de entrega e execução	Dia útil seguinte à solicitação, salvo disposição diferente
Possibilidade de parcelamento	SIM
Estimativa Preliminar de valor	R\$ 31,49 por cm/cl (trinta e um reais e quarenta e nove centavos), conforme média dos valores apresentados nos docs. 449813/2022 e 449827/2022.
Vantagem <input type="checkbox"/>	Verificou-se que recentemente houve a abertura de credenciamentos pela Secretaria de Estado da Comunicação e da Cultura do Paraná e pela Secretaria Municipal de Comunicação e Cultura de Curitiba, visando atender às necessidades de publicidade legal em jornal de grande circulação. Nestes casos, os credenciamentos atendem a todos os órgãos da administração do estado do PR e do município de Curitiba, respectivamente. Para esta situação, o credenciamento se mostra bastante viável, já que as publicações de todos os órgãos são distribuídas entre os



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p><i>credenciados, centralizando-se o credenciamento nas secretarias de comunicação e cultura. Assim, cada órgão formaliza o contrato com um credenciado, respeitando-se o rodízio adotado.</i></p>
<p><i>Desvantagem</i> <input type="checkbox"/></p>	<p><i>Para a necessidade do TRE, não se vislumbra vantajosidade no credenciamento, ainda que possível. Ao contrário, o gerenciamento seria dificultado, haja vista a necessidade de formalização de contratos com todos os credenciados.</i></p>
<p>SOLUÇÃO 5:</p>	<p><i>Contratação por licitação que permite a participação de empresas do ramo de atividade, tais como empresas jornalísticas e agências de publicidade</i></p> <p><i>Não foi encontrado nenhum julgado do TCU que verse sobre possibilidade/vedação de participação de agências de publicidade em licitações para prestação de serviços de publicação de matérias legais em jornal de grande circulação. Pode-se citar, inclusive, o exemplo do TRE/RS, cuja licitação para este objeto em 2015, foi homologada para uma agência de publicidade e o contrato foi prorrogado até o seu limite legal.</i></p> <p><i>O TRT 12 nos seus Estudos Técnicos Preliminares (doc 480004/2022) entendeu como possível a participação de agências de publicidade no processo licitatório para contratação de objeto semelhante, e informa que os Tribunais Regionais do Trabalho da 1ª e 2ª Regiões atualmente também permitem a participação das agências. Dos estudos citados extrai-se:</i></p> <p><i>“Apesar do serviço ser de fato prestado por uma editora em um jornal de sua propriedade, com o tempo observou-se que agências de publicidade passaram a atuar também no mercado de publicações legais, realizando a intermediação entre o cliente e o jornal. Elas firmam contratos com as editoras em que conseguem preços bem abaixo das tabelas comerciais e se encarregam do trabalho de receber os conteúdos, realizar diagramação,</i></p>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p><i>padronização, entre outros, para que as matérias ou anúncios desejados pelo cliente cheguem à editora já tratados e em condições de serem publicados no jornal.</i></p> <p><i>Por conta disso, num caminho de otimização dos meios para atendimento das demandas de mercado relacionadas à publicação de matérias em jornais, essas agências de publicidade passaram a se oferecer para prestar o serviço, intermediando a Administração Pública e o jornal. Diante dessa mudança do mercado, as licitações do Tribunal nos anos de 2016 e 2017 acompanharam esse cenário e permitiram a participação dessas agências, assim como a JF SC em seu contrato 56/2016 (PROAD 2366/2018, documento 26), que fez parte da pesquisa de mercado do Tribunal. Permitir a participação dessas agências é a alternativa adotada atualmente entre os Tribunais Regionais do Trabalho da 1ª e 2ª Regiões, por exemplo (documentos 9 e 10 respectivamente). Nos pregões 685/2016 e 3554/2017 realizados por este Regional, observou-se que o preço praticado por essas agências era até mais vantajoso que os oferecidos diretamente pelas próprias editoras. Em ambas as licitações, as contratadas foram agências de publicidade. No Pregão 685/2016, por exemplo, a empresa vencedora, para publicar no jornal Diário Catarinense, ofereceu preço menor inclusive que a própria editora proprietária desse jornal, como se observa do histórico da sessão (PROAD 685/2016, documento 36). Em ambas as contratações, sendo a 3554/2017 vigente até os dias de hoje, não houve ocorrências na execução, o que leva à conclusão de não haver argumentos que fundamentem restrição da competição apenas às editoras e aos jornais em licitação, já que agências intermediadoras conseguem ofertar preços vantajosos sem perda da qualidade na prestação dos serviços.”</i></p> <p><i>Foram encontrados julgados do TCE-SP favoráveis à participação desse segmento de mercado em licitações dessa natureza:</i></p>
--	--



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p>“TC-000144/989/13-4</p> <p>(...)</p> <p>2.4 Dispõe o Edital que:</p> <p>DO OBJETO</p> <p>O objeto da presente Tomada de Preços é a contratação direta de empresa jornalística com circulação diária no Município de Agudos e região, para serviços de publicação de atos oficiais do Poder Executivo Municipal para o exercício de 2013, num total previsto de 20.000 cm/coluna. Verifica-se, portanto, que o objeto do Edital é especificamente a contratação de “empresa jornalística”. Depreende-se disso uma vedação implícita da participação de agências de publicidade no certame.</p> <p>Ocorre que tem sido comum que editais para contratação de serviços de publicação de atos oficiais possibilitem a participação de agências de publicidade, conforme se depreende dos julgados 000552/989/12-1, TC-001117/989/12-9 e TC-000432/989/12-7. Assim sendo, com base no artigo 3º, § 1º, I da Lei nº 8.666/931, RECOMENDO que a Municipalidade possibilite a participação de agências de publicidade no certame, sendo que essa questão poderá ser analisada na análise ordinária da licitação e do contrato dela consequente.</p> <p>TC-000148.989.13-0 e TC-000207.989.13-8</p> <p>VOTO</p> <p>Há consenso acerca da necessidade de retificação do ato convocatório, de se afastar qualquer eventual obstáculo ao acesso de prestadores dos serviços licitados, impondo sejam revistas as redações de seu PREÂMBULO, da CLÁUSULA I – DO OBJETO e do ANEXO I – FOLHETO DESCRITIVO (2), escoimando o mister da consecução exclusiva por “empresas jornalísticas”, procedente a representação formulada por Phábrica de Produções</p>
--	--



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p><i>Serviços (TC-000148-989-13-0).</i></p> <p><i>TC 000552/989/12-1</i></p> <p><i>Para a Representante, são causas de indevida e ilegal restrição ao objeto da licitação: (a) a liberdade de participação a agências de publicidade (item 3.1); e (b) as especificações do objeto licitado, quanto à tiragem diária mínima do veículo de divulgação e ao formato deste (item 1.1 do Anexo I).</i></p> <p><i>Segundo o Tribunal Pleno acaba de admitir, não existe impedimento legal para agências de publicidade disputarem objeto do tipo do edital em causa (Acórdão de 12 de maio de 2012, exarado nos autos do processo nº 432/12)."</i></p> <p><i>A Consultoria Sollicita (doc 480003/2022) manifesta-se no sentido de que:</i></p> <p><i>"não estaria excluída a possibilidade de contratação de agência para "a intermediação junto aos jornais". No entanto, em nosso entendimento, será necessário à Administração avaliar, por meio de seu Estudo Técnico Preliminar, as opções disponíveis no mercado e qual formato de contratação se lhe revela mais vantajoso, o que deverá restar devidamente consignado no bojo do processo respectivo.</i></p> <p><i>Por fim, a título de subsídio, destaca-se que, em se entendendo que a modelagem de contratação que permite a participação de agências intermediadoras é a mais adequada às necessidades da Entidade, é oportuno ressaltar que, em nosso entendimento, não se estará diante de uma contratação regida pela Lei 12.232/10. Isso porque, como se sabe, o art. 2º da Lei 12.232/10 institui um rol taxativo de atividades consideradas de natureza publicitária....</i></p> <p><i>..... Perceba-se que os serviços, ora analisados, parecem não se incluir nesse rol, de modo que resta afastada a incidência das disposições da Lei 12.232/10. Por este motivo, a pretendida contratação se submeterá às disposições legais que, ordinariamente, regem as contratações públicas, a saber: a Lei</i></p>
--	--



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<p>8.666/93, Lei 10.520/02 (se a opção da Administração for ainda por esse regime) ou pela Lei 14.133/21 (vedada a combinação de regimes, nos termos do art. 191 da Lei “novo” legislação).”</p> <p>Na contramão dos posicionamentos expostos acima, a consultoria JML (doc. 480001/2022) manifesta-se contrária à possibilidade de participação de agências de publicidade, considerando que:</p> <p><i>I - Os serviços de publicidade a serem contratados por intermédio de agências de propaganda se encontram disciplinados pela Lei 12.232/2010, em consonância com o previsto na Lei 4.680/1965 que, ao dispor sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, estabelece que a agência de propaganda é pessoa jurídica “(...) especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de comunicação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público”.</i></p> <p><i>II - Percebe-se, assim, que não é todo e qualquer serviço de publicidade ou outros mais a ele relacionados que demandam sua execução por agência de propaganda, mas tão somente aqueles relativos a um conjunto de atividades complexas da área (publicidade) que exijam, ademais, uma realização integrada. Nesse sentido se manifestam a doutrina e o Tribunal de Contas da União.</i></p> <p><i>III - Diante disso tem-se, então, que os serviços isolados de divulgação de atos em veículos de comunicação não se enquadram no conceito apontado e prescindem, consequentemente, da intermediação de agência de publicidade para sua execução, devendo ser contratados diretamente e por intermédio de licitação prévia, como regra,</i></p>
--	--



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

	<i>junto aos prestadores específicos para não onerar os cofres públicos.”</i>
<i>Quantidade de itens a contratar</i>	<i>1</i>
<i>Prazo de entrega e execução</i>	<i>Dia útil seguinte à solicitação, salvo disposição diferente</i>
<i>Possibilidade de parcelamento</i>	NÃO
<i>Estimativa Preliminar de valor</i>	<i>R\$ 35,11 por cm/cl, conforme item 9 deste estudo.</i>
<i>Vantagem</i> <input type="checkbox"/>	<i>Aumento de competitividade e possibilidade de obtenção de preços mais vantajosos.</i>
<i>Desvantagem</i> <input type="checkbox"/>	<i>Possibilidade de impugnação das empresas jornalísticas.</i>

8. POSICIONAMENTO DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO DA CONTRATAÇÃO APÓS A ANÁLISE DAS POSSÍVEIS SOLUÇÕES DE MERCADO (item obrigatório)

Pelo exposto na análise das soluções indicadas, conclui-se que a melhor solução é a nº 5 (*Contratação por licitação que permite a participação de empresas do ramo de atividade, tais como empresas jornalísticas e agências de publicidade*), visto que tanto as agências de publicidade quanto as empresas jornalísticas estão aptas a prestar os serviços, sem existência de vedação legal. Some-se a isso a ampliação da competitividade e a experiência positiva de outros órgãos, que obtiveram, inclusive, preços mais vantajosos do que se a contratação fosse feita diretamente com a empresa jornalística, evidenciando, assim, o melhor atendimento ao interesse público relacionado com a necessidade da contratação.

9. ESTIMATIVA DE QUANTIDADE e ESTIMATIVA DE VALOR PARA A CONTRATAÇÃO (item obrigatório) ☐

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO
1		cm/cl	2100	35,11
TOTAL =			R\$ 73.731,00 (setenta e três mil, setecentos e trinta e um reais)	



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

RELAÇÃO ENTRE A DEMANDA E A QUANTIDADE PREVISTA

Histórico do número de licitações (todas as modalidades) ocorridas nos últimos anos:

2018 - 74 licitações. Caso tivessem sido publicadas, resultariam na utilização de 444 cm/cl;

2019- 75 licitações. Caso tivessem sido publicadas, resultariam na utilização de 450 cm/cl;

2020 - 71 licitações. Caso tivessem sido publicadas, resultariam na utilização de 426 cm/cl;

2021- 62 licitações. Caso tivessem sido publicadas, resultariam na utilização de 372 cm/cl.

Cabe salientar que, com a nova legislação, os limites estabelecidos para aquisições/contratações por dispensa de licitação com base no valor, sofreram uma elevação significativa, o que pode acarretar a diminuição na quantidade de licitações.

Considerando a possibilidade de licitar por uma ou outra Lei até abril de 2023, bem como a possibilidade de utilização dos novos limites da contratação direta, entendeu-se por estimar o quantitativo de 70 (setenta) publicações por ano de vigência contratual, o que corresponde à média do número de licitações dos últimos quatro anos. Cada publicação utilizaria, 6 cm/coluna o que totalizaria 420 cm/cl.

Em se tratando de serviço contínuo, a fim de otimizar e reduzir os custos com novos processos de contratação e de acordo com o art. 106 da Lei 14133/2021, propõe-se a vigência contratual de 5 (cinco) anos.

Assim, estima-se a quantidade de 2100 cm/cl.

Observações sobre a pesquisa de mercado:

Fonte pesquisada	Valor do cm/cl
Edital credenciamento SECC/PR (doc. 449813/2022)	R\$ 30,89
Edital credenciamento SMCS (doc. 449827/2022)	R\$ 32,09



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

EBC - Tribuna do Paraná (doc. 449835/2022)	R\$ 31,92
EBC - Bem Paraná (doc. 449835/2022)	R\$ 41,47
EBC - Folha de Londrina (doc. 449835/2022)	R\$ 38,52
Jornal Bem Paraná (doc. 449842/2022)	R\$ 48,00
Jornal Tribuna do Paraná (doc. 449851/2022)	R\$ 40,00
Agência ATUS (doc. 480014/2022)	R\$ 18,00
Valor médio do cm/cl	R\$ 35,11

Os valores constantes da tabela acima para a EBC, correspondem a 20% a menos do que os valores informados na consulta realizada (doc. 449835/2022). A diferença refere-se ao percentual de intermediação cobrado pela empresa

Além dos orçamentos acima foram solicitados, também, orçamentos às empresas de publicidade AGENCIA VM, SOLUÇÕES PUBLICIDADE, ENGENHONET, AG. TURBO, CANDY SHOP e MASTER e às empresas jornalísticas JORNAL INDÚSTRIA E COMÉRCIO, JORNAL AGORA PARANÁ, JORNAL DO ÔNIBUS e JORNAL METROPOLE, porém não houve retorno por parte das empresas.

Doc.	FONTE DE PESQUISA	CNPJ	e-mail	tel de contato
449813/2022	Edital Credenciamento SECC/PR			
449827/2022	Edital credenciamento SMCS			
449835/2022	EBC - Tribuna do Paraná	09.168.704/0001-42	sepub@ebc.com.br	
449835/2022	EBC - Bem Paraná	09.168.704/0001-42	sepub@ebc.com.br	
449835/2022	EBC - Folha de Londrina	09.168.704/0001-42	sepub@ebc.com.br	
449842/2022	Jornal Bem Paraná	76.637.305/0001-70	paulofurlan@onyxcom.com.br	



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

449851/2022	Jornal Tribuna do Paraná	76.568.708/0001-05	agrein@tribunadoparana.com.br	
480014/2022	Agência ATUS	08.182.332/0001-46	comercial@atus.com.br	

10. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Abertura de processo licitatório para contratação de prestação de serviços, sob demanda, de veiculação de publicidade legal, em meio digital e/ou impresso, dos atos emanados do TRE-PR, em jornal diário e de grande circulação no Estado do Paraná.

Poderão participar do certame empresas do ramo de atividade, tais como empresas jornalísticas e agências de publicidade.

Entende-se por jornal diário aquele que tem publicação de segunda a sexta-feira.

O tamanho da publicação, como regra, deverá ter 3 centímetros X 2 colunas.

Serão considerados jornais diários e de grande circulação no Estado do Paraná, aqueles que comprovarem **circulação efetiva média mínima diária de 5.000 (cinco mil) exemplares no estado do Paraná (obrigatoriamente em Curitiba e Região Metropolitana e desejavelmente no litoral do estado do Paraná e parte do interior do estado), comprovadas através de um órgão de controle oficial e reconhecido.**

11. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO (item obrigatório - item a ser preenchido pelo INTEGRANTE ADMINISTRATIVO)

a) É tecnicamente viável dividir a solução?

NÃO Justifique: Só seria possível dividir a solução se a contratação fosse feita mediante credenciamento, porém, conforme exposto na Solução nº 4, para a realidade do TRE/PR, não é viável.

b) É economicamente viável dividir a solução?

SIM Justifique:

c) Existe perda de escala ao dividir a solução?

SIM Justifique:



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

d) Há o melhor aproveitamento do mercado e ampliação da competitividade ao dividir a solução?

SIM Justifique:

e) O custo para a gestão de vários contratos frente às vantagens com a unificação indica a divisão do objeto?

SIM Justifique:

12. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

A presente contratação tem como resultado o atendimento de exigência legal de publicação de editais de licitação em jornais de grande circulação (art. 54 da Lei 14133/2021).

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELO TRE-PR PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

PROVIDÊNCIA		DESCRIÇÃO
•	Infraestrutura tecnológica	não se aplica
•	Infraestrutura física (adaptação de ambientes do órgão)	não se aplica
•	Impacto na área de gestão de pessoas	não se aplica
•	Necessidade de normatização legal ou área de contratações	não se aplica
•	Necessidade de comunicação	não se aplica
•	Capacitação de servidores	não se aplica



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

14. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES	
PAD	OBJETO
não se aplica	

15. IMPACTOS AMBIENTAIS (item a ser preenchido pelo INTEGRANTE ADMINISTRATIVO)
Não se aplica

16. CONCLUSÃO (item obrigatório)
<p>Concluídos os presentes estudos, a Equipe de Planejamento da Contratação submete o presente expediente para análise e consideração superior.</p> <p>É o que nos cumpre apresentar.</p> <p>Curitiba, 04 de novembro de 2022.</p> <p>Integrante Demandante: Maria Carolina Marques Gomes</p> <p>Integrante Técnico: Divaní da Silva Carvalho</p> <p>Integrante Administrativo: Sandra Mara Kovalski dos Santos</p>