

# Estudo Técnico Preliminar 47/2025

## 1. Informações Básicas

Número do processo:

## 2. Descrição da necessidade

### **Patrocínio da 29ª edição do Florianópolis Audiovisual Mercosul – FAM 2025**

Criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, a Agência Nacional do Cinema – ANCINE é a principal instituição de desenvolvimento da atividade audiovisual brasileira, sendo responsável pela implantação de políticas públicas que fomentam o crescimento e a modernização do mercado, visando à ampliação e à democratização do acesso, à diversidade e à valorização do conteúdo audiovisual brasileiro. Também é responsável pela execução orçamentária e financeira das ações do Fundo Setorial do Audiovisual FSA, destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeira produtiva da atividade audiovisual no Brasil.

Neste contexto, a atuação da Agência assume diversos matizes, abarcando, inclusive, o interesse público na publicidade estatal com a finalidade de constituição de elo entre a Administração Pública e seus administrados.

Esta abordagem é motivada por objetivos democráticos, de modo que a comunicação pública possa capacitar, informar ou mobilizar públicos específicos para a difusão ou o debate de políticas do audiovisual.

Esse vetor informativo-democrático é preconizado no item 4.2 - Objetivos e Ações de Comunicação do Plano de Comunicação da Agência, aprovado pela Diretoria Colegiada em 14 de março de 2024 (SEI ANCINE 3155638), que estabelece entre seus objetivos 'Consolidar a imagem da Agência como fomentadora da economia do audiovisual' e 'Divulgar ações e resultados da Agência que impactam positivamente o setor regulado'. Para tanto, propõe atividades de publicação e divulgação de ações da ANCINE para a sociedade.

Na mesma esteira, o planejamento estratégico institucional da ANCINE (SEI ANCINE 2580454) contempla as prioridades e estratégias definidas pela Agência no período para cumprir com sua missão e enfrentar os desafios do cenário atual e, assim, avançar no desenvolvimento do setor audiovisual brasileiro. Na perspectiva dos agentes econômicos, destaca-se o Objetivo Estratégico OE2

- ‘Promover o crescimento econômico do setor audiovisual brasileiro’

Além do objetivo estratégico destacado, também é relevante apontar que o Plano de Comunicação já mencionado prevê, em seu item 3.3., a organização de "eventos que possuem a finalidade de capacitar, informar ou mobilizar públicos específicos para a difusão ou o debate de políticas do audiovisual, contribuindo assim para o desenvolvimento do setor e a consolidação da imagem da ANCINE"

Pelo exposto, mostra-se necessária a escolha de eventos que ampliem a visibilidade da Agência e de suas ações junto aos agentes que são beneficiários diretos das políticas públicas por ela implementadas.

A contratação de 01 (uma) cota de patrocínio institucional da 29ª edição do Florianópolis Audiovisual Mercosul – FAM 2025, a ser realizada entre 04 e 10 de setembro de 2025, em Florianópolis, SC, revela-se particularmente relevante por promover atividades estratégicas voltadas ao fortalecimento do setor audiovisual sul-americano, estimular o intercâmbio entre profissionais da área, fomentar a formação técnica e artística e consolidar a imagem da ANCINE em um contexto de valorização da diversidade cultural, da sustentabilidade e da cooperação regional.

## 3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	MARCOS DE REZENDE

## 4. Descrição dos Requisitos da Contratação

### 4.1 Os requisitos da presente contratação compreendem, dentre outros:

#### **Quantidades e Unidades de Medida:**

As quantidades e unidades de medida para a prestação dos serviços estão detalhadamente descritas no item 6 deste Estudo Preliminar.

#### **Execução dos Serviços:**

A execução dos serviços deverá ser realizada conforme as especificações detalhadas no Termo de Referência.

#### **Vigência do Contrato:**

O contrato terá vigência pelo período inicial de 60 (sessenta) dias, com possibilidade de prorrogação, conforme estipulado no artigo 105 da Lei n. 14.133/2021.

#### **Obrigações Durante a Vigência do Contrato**

### 4.2 Até o encerramento do contrato, as seguintes obrigações devem ser cumpridas:

Emissão de Relatórios: A Contratada deverá emitir relatórios periódicos dos serviços executados.

Emissão da Nota Fiscal: Deverá ser emitida a nota fiscal correspondente aos serviços prestados.

#### **Condições de Pagamento**

4.3 O pagamento será efetuado em parcela única, após o aceite definitivo dos serviços pela Contratante.

### 4.4 Disposições Gerais

As obrigações da Contratada e da Contratante estarão devidamente estipuladas no Termo de Referência.

A Contratada deverá estar regularmente cadastrada no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF).

## 5. Levantamento de Mercado

5.1 Preliminarmente, é importante trazer o regramento que disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares. A Instrução Normativa nº 2, de dezembro de 2019 possibilita que ações de patrocínios possam ser objeto de escolha direta, desde que observados as diretrizes a seguir:

Art. 7º O patrocinador adotará processos de seleção de projetos de patrocínio, nas modalidades de Seleção Pública ou de escolha direta.

Parágrafo único. A escolha direta deverá ser fundamentada considerando o alinhamento estratégico de projetos, a aderência com políticas e diretrizes do patrocinador, critérios de economicidade ou de vantajosidade na renovação de projetos e nas ações de oportunidade, dentre outros.

5.2 Vale destacar que o 29º Florianópolis Audiovisual Mercosul - FAM 2025 promove a integração e o fortalecimento das produções audiovisuais no MERCOSUL, além de fomentar o desenvolvimento econômico, social e cultural da região. A programação é composta de sete mostras competitivas, evento de mercado, laboratório, premiação e atividades formativas diversas.

5.3 1.214 filmes estão inscritos no FAM 2025. São produções de todos os Estados Partes do Mercosul (Argentina, Bolívia, Brasil, Paraguai, Uruguai, Venezuela) e seus associados falantes de espanhol (Chile, Colômbia, Equador e Peru). Ao todo, o FAM 2025 alcança 29 países, incluindo ibero-americanos, devido a edição especial Ibero-América do Encontro de Coprodução do Mercosul – ECM+LAB, que realiza a Mostra WIP. Um destaque são as coproduções — ao todo 54. Entre as colaborações de países, repetem-se em mais de uma obra recebida as uniões de Brasil e Argentina, Chile, Espanha, França, Portugal, entre outras.

**5.4 Em suas duas últimas edições, em 2023 e 2024, o Florianópolis Audiovisual Mercosul contou com a parceria da ANCINE para a sua realização. Vale destacar que, em 2023, forma celebrados dois acordos bilaterais, Brasil - Uruguai e Brasil - Argentina, e realizado o Laboratório de Projetos do Encontro de Coprodução do Mercosul.**

5.5 Desta forma, a participação no 29º Florianópolis Audiovisual Mercosul - FAM 2025 alinha-se às políticas públicas atribuídas à ANCINE, destacando-se que o planejamento estratégico institucional contempla as prioridades e estratégias definidas pela Agência para cumprir sua missão e enfrentar os desafios do cenário atual, promovendo o desenvolvimento do setor audiovisual brasileiro. Sob a perspectiva dos agentes econômicos, destaca-se o Objetivo Estratégico OE2 - Promover o crescimento econômico do setor audiovisual brasileiro.

5.6 A possibilidade de patrocínio ao 29º Florianópolis Audiovisual Mercosul - FAM 2025 configura-se como oportunidade de apresentar as políticas públicas e diretrizes para próximas ações a serem desenvolvidas pela ANCINE.

5.5 A possibilidade de patrocínio ao evento apresenta uma oportunidade de apresentar as políticas públicas e diretrizes para próximas ações a serem desenvolvidas pela ANCINE.

5.6 Trata-se de serviço não continuado, a ser contratado mediante inexigibilidade de licitação, uma vez que se enquadra nos pressupostos do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018, não se constituindo em quaisquer das atividades previstas no art. 3º da mesma norma, cuja execução indireta é vedada.

5.7 A contratação não estabelece vínculo empregatício entre os colaboradores da Contratada e a Administração Contratante, sendo expressamente vedada qualquer relação que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

5.8 Quanto à natureza do objeto a ser contratado, a inexigibilidade de licitação se justifica pela exclusividade dos serviços oferecidos pela empresa promotora do evento, os quais não permitem competição. Essa condição é respaldada pela documentação enviada para a ANCINE.

5.9 Nesse contexto, considerando a exclusividade dos serviços oferecidos pela empresa promotora do evento, a contratação de patrocínio se enquadra na modalidade de inexigibilidade de licitação, conforme previsto no caput do art. 74 da Lei nº 14.133 - Nova Lei De Licitações, de 01 de abril de 2021:

5.10 Ressalta-se que é prática comum no segmento de negócios em questão contratar serviços por inexigibilidade de licitação, devido à singularidade dos eventos, realizados em locais/espacos específicos, por período definido, frequentemente idealizados por uma única empresa promotora, detentora dos direitos de comercialização ou que os delega a fornecedores exclusivos.

5.11 Cabe à área técnica verificar a veracidade da declaração de exclusividade apresentada pela empresa, sendo a responsabilidade pelo seu conteúdo atribuída aos respectivos emitentes.

## **6. Descrição da solução como um todo**

6.1 A entidade proponente, a Associação Cultural Panvision é a única e exclusiva proponente do projeto relacionado ao evento denominado 29º Florianópolis Audiovisual Mercosul (FAM), junto ao Governo Federal, através do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), conforme declaração do Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão - BRAVI, inscrita no CNPJ sob o nº 04.775.616/0001-95, apensa aos autos (SEI ANCINE 3740838).

6.2 O patrocínio institucional oferecido para a ANCINE na realização da 29ª edição do Florianópolis Audiovisual Mercosul – FAM 2025, que ocorre entre os dias 04 e 10 de setembro de 2025, em Florianópolis, Santa Catarina. engloba as seguintes contrapartidas:

### **I - CONTRAPARTIDAS DE IMAGEM/NEGOCIAIS**

#### **1. VISIBILIDADE DE MARCA DA ANCINE**

- Inserção do logotipo da ANCINE e do Governo Federal nas seguintes peças visuais:
  - 12 banners;
  - 4 X-Banners;
  - Roll-ups;
  - 1 Backdrop de palco;
- Exibição do logotipo da ANCINE e do Governo Federal no site oficial do festival por 06 (seis) meses;
- Inclusão da marca da ANCINE e do Governo Federal na assinatura do Cinejornal oficial do evento Inclusão do logotipo da ANCINE e do Governo Federal na capa e contracapa do catálogo oficial do Festival. ( tiragem 200 impressões)

- inclusão do logotipo da ANCINE e do Governo Federal na capa e contracapa do folder oficial do Festival. (tiragem 2000 impressões); e
- Inclusão do logotipo da ANCINE e do Governo Federal em anúncio de jornal ¼ de Página (06 publicações)

## 2. RECONHECIMENTO INSTITUCIONAL

- Menção da ANCINE como patrocinadora oficial em todos os releases de imprensa e comunicações institucionais do festival;
- Citação e agradecimento à ANCINE nas cerimônias de abertura e encerramento do evento.

## 3. PRESENÇA INSTITUCIONAL NO FESTIVAL

- Publicação de um editorial institucional com texto entre 1.500 e 2.000 caracteres sobre a atuação da ANCINE no catálogo impresso e digital do festival; ( tiragem 2000 impressões).
- Reserva de uma página inteira para veiculação de anúncio institucional da ANCINE, ampliando sua visibilidade entre os participantes, profissionais e público em geral. ( tiragem 2000 impressões); e
- Disponibilidade de publicação no Festival de campanha e material de utilidade pública.

## II- CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS

- Compensação de carbono referente às emissões provenientes das passagens aéreas e dos veículos de produção utilizados no evento;
- Destinação sustentável dos materiais de divulgação (banners e impressos), priorizando reciclagem ou reutilização;
- Uso de crachás ecológicos, confeccionados com papel semente, promovendo o plantio e evitando o descarte nocivo ao meio ambiente;
- Contratação preferencial de fornecedores locais, reduzindo a pegada de carbono logística e estimulando a economia regional.

## III - CONTRAPARTIDAS SOCIAIS

- Contratação de equipe com participação de Pessoas com Deficiência (PCD) e pessoas Neurodivergentes, promovendo oportunidades de trabalho inclusivas;
- Ações afirmativas em diversidade e representatividade, com pelo menos 50% da equipe formada por pessoas de grupos minorizados, incluindo mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTQIAPN+ e outros grupos historicamente sub-representados;
- Promoção de ações e conteúdos que refletem a pluralidade da sociedade, com curadoria e atividades pautadas em perspectivas diversas e interseccionais.

## IV - CONTRAPARTIDAS DE ACESSIBILIDADE

- Garantia de 100% dos filmes brasileiros em competição das sessões abertas ao público com os três recursos de acessibilidade:
  - Libras (Língua Brasileira de Sinais)
  - Audiodescrição
  - Legenda para Surdos e Ensurdecidos (LSE)

## 7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1. 01 (uma) cota de patrocínio institucional da 29ª edição do Florianópolis Audiovisual Mercosul – FAM 2025, a ser realizada entre 04 e 10 de setembro de 2025, em Florianópolis, SC.

## 8. Estimativa do Valor da Contratação

**Valor (R\$):** 120.000,00

R\$ 120.000,00

## 9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. O parcelamento da solução revela-se inviável, uma vez que a contratada é a única instituição responsável pela organização e produção do evento. Essa condição é respaldada pela documentação que será apresentada e que comporá o processo administrativo.

## 10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Contratação de 01 cota de patrocínio para o evento FAM- Florianópolis Audiovisual Mercosul 2024 - Processo ° 01416.005889 /2024-88

## 11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1. A contratação está prevista no Plano de Contratações Anual – PCA para o ano corrente

## 12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1 Os ganhos diretos e indiretos esperados pela ANCINE com a presente contratação de patrocínio institucional, conforme o inciso X do art. 7º da IN 40/2020, são apresentados a seguir.

12.2 Como visto, a ANCINE será contemplada com diversas contrapartidas específicas, como visibilidade de marca em materiais gráficos e digitais, espaço institucional no catálogo, reconhecimento público em cerimônias e comunicações oficiais, além de ações de responsabilidade socioambiental, acessibilidade plena e compromisso com a diversidade, abaixo detalhadas.

12.3 Tais contrapartidas de imagem/negociais, ambientais, sociais e de acessibilidade estão detalhadas no Item 6.2 do presente Estudo Técnico Preliminar.

12.4 Além disso, destacamos os seguintes ganhos adicionais:

### 1. Alinhamento Estratégico com o Setor

- Consolidação de imagem institucional como apoiadora de iniciativas relevantes do audiovisual no Mercosul.
- Promoção da integração regional, com foco em produções latino-americanas, em consonância com políticas de diplomacia cultural e desenvolvimento regional.

### 2. Ampliação de Alcance e Visibilidade

- Reconhecimento de marca da ANCINE junto a públicos especializados (produtores, realizadores, programadores, agentes públicos).
- Exposição em materiais gráficos, mídia, painéis e sessões de abertura/encerramento.
- Potencial para mídia espontânea e presença em veículos do setor e imprensa cultural nacional e internacional.

### 3. Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual

- Estímulo à circulação de obras e talentos.
- Fortalecimento de redes de distribuição e coprodução, especialmente em países do Cone Sul.
- Geração de empregos temporários e movimentação da economia criativa local.

### 4. Sinergia com Políticas Públicas e Editais

- Reforça o compromisso com a formação de público e acesso democrático à cultura.
- Viabiliza complementaridade com ações já desenvolvidas pela ANCINE.

## 13. Providências a serem Adotadas

13.1 Com base na Instrução Normativa SECOM nº 02, de 23 de dezembro de 2019, é necessário adotar as seguintes providências específicas.

13.1.1 Submeter previamente a proposta de patrocínio, juntamente com a estratégia de atuação correspondente, para análise e verificação de conformidade prévia pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM).

13.1.2 Providenciar todos os documentos exigidos pela SECOM para análise da proposta de patrocínio, garantindo sua conformidade com as normas estabelecidas.

13.1.3 Certificar-se de que a proposta de patrocínio e sua estratégia de atuação atendam aos critérios estabelecidos pela SECOM antes de sua execução.

13.1.4 Garantir que a proposta de patrocínio seja submetida à SECOM antes do início da execução do projeto.

13.1.5 Aguardar a análise e a verificação de conformidade pela SECOM antes de proceder com a execução do projeto de patrocínio.

13.2 Essas etapas adicionais são necessárias para garantir a conformidade com as disposições da Instrução Normativa nº 02 /2019 e assegurar que o patrocínio da ANCINE aos eventos seja realizado de acordo com as diretrizes estabelecidas.

13.3 Obter justificativa do preço proposto para a ANCINE, mediante apresentação de contratos de parceria estratégica similares.

## 14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1 A Contratada deverá realizar o gerenciamento de Resíduos Sólidos, seguindo como premissas a Lei 12.305/2010 (institui o Plano Nacional de Resíduos Sólidos), a Lei 7436/17; Lei 8151/18 e a Lei Complementar 204 de 18 de junho de 2019 (dispõem sobre a coleta de resíduos recicláveis durante e após a realização de grandes produções de eventos festivos e esportivos, públicos ou privados, realizados no Rio de Janeiro).

14.2 Considerar os objetivos globais/Agenda 2030 (17 ODS) e a ISO 20121:2012, priorizando programas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos.

14.3 Atuar com os seguintes pilares principais: minimização dos impactos ambientais, inclusão social e geração de trabalho e renda.

## 15. Declaração de Viabilidade

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

### 15.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação é viável, tendo em vista a Declaração de exclusividade fornecida pelo contratado, devendo ser fornecida a justificativa do preço proposto para a ANCINE, mediante apresentação de contratos de parceria estratégica similares, conforme descrito no campo Providências a serem adotadas, procedendo as diligências ali descritas e submissão prévia para análise e verificação da contratação é viável, tendo em vista a Declaração de exclusividade fornecida pelo contratado, devendo ser fornecida a justificativa do preço proposto para a ANCINE, mediante apresentação de contratos de parceria estratégica similares, conforme descrito no campo Providências a serem adotadas, procedendo as diligências ali descritas e submissão prévia para análise e verificação de conformidade prévia da SECOMificação de conformidade prévia da SECOM

## 16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

Despacho: Alteração no item 5.9 do TR.

**ROGER CARDOSO PIRES DA ROSA**

Assessor CCT IV