

Estudo Técnico Preliminar 2/2025

1. Informações Básicas

[Este documento é sigiloso | Justificativa: Documento preparatório.]

Número do processo: 19995.002295/2025-98

2. Referências

- Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;
- Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, no que for aplicável a este objeto, conforme Acórdão n. 6.227/2016-TCU-2ª Câmara;
- Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), que disciplina o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do §3º do art. 37 e no §2º do art. 216 da Constituição Federal.
- Instrução Normativa SEGES/MPDG n. 05, de 26 de maio de 2017, que dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional;
- Instrução Normativa SEGES nº 58, de 08 de agosto de 2022 – que dispõe sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares – ETP, para aquisição de bens e contratação de serviços e obras, no âmbito da administração pública federal, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema ETP Digital.
- Instrução Normativa SEGES 73/2022, e atualizações, que dispõe sobre a licitação pelo critério de julgamento por menor preço ou maior desconto, na forma eletrônica, para a contratação de bens, serviços e obras, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional.
- Instrução Normativa nº 81, de 25 novembro de 2022, que dispõe sobre a elaboração do Termo de Referência – TR, para a aquisição de bens e a contratação de serviços, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, e sobre o **Sistema TR digital**.
- Instrução Normativa SEGES/ME nº 98, de 26 de Dezembro de 2022, que estabelece regras e diretrizes para o procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta de que dispõe a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional.
- Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01/2010 SLTI/MPOG: dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens, contratação de serviços ou obras pela Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional e dá outras providências;
- Decreto nº 7.746/2012: estabelece critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela Administração Pública;
- Instrução Normativa SEGES /ME nº 65, de 7 de Julho de 2021 - Dispõe sobre o procedimento administrativo para a realização de pesquisa de preços para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.
- Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

- Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021: Dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo federal.
- Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM;
- Portaria MF nº 811, de 21 de maio de 2024, Institui a Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda, e dá outras providências.
- Decreto nº 11.907, de 30 de janeiro de 2024, Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Fazenda e remaneja e transforma cargos em comissão e funções de confiança.
- **Definição de Comunicação Institucional:**

De acordo com a Instrução Normativa Secom/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, no seu artigo 2º, inciso I e alínea c, menciona em complemento, as seguintes leis:

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

Portanto a definição sobre Comunicação Institucional está no artigo 20-B da Lei nº 12.232 de 2010, que cita:

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: (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

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 (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

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. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)"

- Compete à Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Fazenda planejar, coordenar e executar a política de comunicação institucional do órgão, em consonância com as diretrizes estabelecidas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Suas atribuições incluem a divulgação de matérias jornalísticas relativas à área de atuação do Ministério, a publicização de suas medidas e iniciativas, o assessoramento às autoridades e a execução das demais atividades inerentes à comunicação social, conforme estabelecido no Decreto nº 11.907, de 30 de janeiro de 2024, e na Portaria MF nº 811, de 21 de maio de 2024.
- A comunicação social de governo tem o dever de garantir a publicidade e a transparência das ações dos órgãos ao divulgar informações de interesse geral, apresentar e promover os serviços da administração, tornar conhecidas as instituições, seja pela comunicação externa ou interna e estabelecer com seus públicos-alvo uma relação de diálogo sobre esses pontos e seus direitos e deveres.

Em observância aos princípios da Eficiência e da Publicidade, o Ministério da Fazenda tem o dever de promover a divulgação oficial de seus atos administrativos e das ações de seus agentes públicos, com o objetivo de assegurar a transparência da atuação estatal, garantir o acesso público às informações de interesse coletivo e resguardar o direito da sociedade ao conhecimento das atividades desenvolvidas pela administração.

3. Descrição da necessidade

3 - Descrição da Necessidade

3.1. Objetivo do Estudo Técnico Preliminar

O estudo técnico preliminar visa permitir a avaliação da viabilidade técnica e econômica da contratação de serviços e produtos de comunicação institucional, de acordo com a Instrução Normativa Nº 1 SECOM/PR, art. 14, § 1º, IV, quais sejam:

- a) a prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;
- b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e
- c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

O Estudo visa também o levantamento de elementos essenciais que servirão para compor o Termo de Referência, caso se conclua pela viabilidade da contratação, em conformidade com o disposto na Instrução Normativa SEGES nº 58, de 08 de agosto de 2022.

3.2 Cenário

As competências atribuídas ao Ministério da Fazenda - MF, conforme o disposto no art. 1º do Decreto nº 11.907, de 30 de janeiro de 2024 – capítulo I, abrangem diversas áreas relacionadas à gestão econômica, financeira e tributária do país. Tais atribuições evidenciam o papel central do Ministério na formulação e execução de políticas voltadas à estabilidade econômica, à arrecadação de receitas públicas e ao controle das finanças estatais, além de incluir funções regulatórias e de articulação em negociações econômicas no âmbito internacional.

Consequentemente, a missão e a visão do Ministério da Fazenda foram estabelecidas no Planejamento Estratégico Institucional (PEI) do órgão e refletem a atuação frente às diretrizes traçadas pelo Governo Federal.

O Planejamento Estratégico Institucional do MF – 2023-2027 (Mapa Estratégico e Cadeia de Valor), definiu os objetivos estratégicos, bem como os objetivos de governança e gestão do órgão. Além disso, estabeleceu a missão e a visão institucionais do Ministério, nos seguintes termos:

Missão: Formular, implementar e gerir políticas e reformas econômicas para o desenvolvimento e crescimento econômico, fomento da produtividade, com equilíbrio das contas públicas, equidade fiscal e social, proteção da sociedade e a mitigação dos efeitos adversos das mudanças climáticas.

Visão: Ser reconhecido pela eficiência na formulação de políticas econômicas e implementação de políticas públicas, com base em evidências, orientadas à promoção do desenvolvimento econômico, sustentável e inclusivo, à redução das desigualdades sociais, ao equilíbrio fiscal, à eficiência econômica, à manutenção da estabilidade macroeconômica e à maior inserção do país no cenário internacional.

A partir do Mapa Estratégico do Ministério da Fazenda, foram definidas as iniciativas estratégicas pretendidas pelo órgão, que englobam projetos, medidas e ações a serem executados no curto, médio e longo prazos. Essas iniciativas visam garantir o cumprimento dos objetivos institucionais e, por consequência, a concretização da missão e visão do Ministério. A relação completa das iniciativas estratégicas, vinculadas ao Planejamento Plurianual 2024-2027 e ao PEI, está disponível para consulta no portal público do Ministério da Fazenda, acessando ao endereço: <<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/acesso-a-informacao/transparencia-e-prestacao-de-contas/execucao-da-estrategia>>

A implementação das iniciativas planejadas certamente exigirá esforços conjuntos e a colaboração de diversos profissionais, bem como de diferentes órgãos que integram a estrutura organizacional do Ministério da Fazenda. Destaca-se, entre eles, a Assessoria Especial de Comunicação Social, órgão responsável pela coordenação e concretização da política de comunicação social, cuja atuação é fundamental para promover ações que assegurem o acesso da população à informação - determinantes para garantir a eficiência, a integridade e a transparência na gestão do Ministério.

Nesse contexto, a Portaria MF nº 811, de 21 de maio de 2024, definiu os princípios que orientam a Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda, e atribuiu à Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM a responsabilidade por sua coordenação e execução.

A referida portaria instituiu, ainda, a Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda, estabelecendo diretrizes e orientações para as ações de relacionamento com a imprensa, redes sociais, servidores, sociedade e demais públicos de interesse.

As atribuições da Assessoria de Comunicação (ASCOM) estão previstas no Capítulo III do Decreto nº 11.907/2024, que dispõe sobre as competências dos órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado da Fazenda, e em especial o art. 5º, que estabelece:

Art. 5º À Assessoria Especial de Comunicação Social compete:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, em consonância com as diretrizes definidas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - assistir o Ministro de Estado e as demais unidades administrativas do Ministério:

- a) nos assuntos de comunicação social, imprensa, publicidade e eventos e nas ações de comunicação que utilizem os meios eletrônicos internet e intranet;
- b) na coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e difusão das políticas do Ministério;
- c) no relacionamento com meios de comunicação e entidades dos setores de comunicação e nas atividades de relacionamento público-social;
- d) no relacionamento com a imprensa regional, nacional e internacional;
- e) no apoio aos órgãos integrantes do Ministério no relacionamento com a imprensa; e
- f) na organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública;

III - planejar e executar ações de comunicação para a divulgação de políticas públicas vinculadas ao Ministério;

IV - receber, analisar e processar as solicitações de entrevistas e informações encaminhadas pelos veículos de comunicação;

V - produzir material jornalístico e institucional para a divulgação das ações do Ministério;

VI - propor o desenvolvimento de campanhas publicitárias, de caráter institucional, para divulgar ações, programas e resultados relativos ao trabalho do Ministério;

VII - coordenar a produção de conteúdo de notícias, materiais digitais, audiovisuais e publicitários, para a ampla divulgação das ações realizadas pelo Ministério;

VIII - acompanhar e selecionar as notícias publicadas na imprensa que sejam de interesse do Ministério; e

IX - orientar as atividades de comunicação social no âmbito do Ministério.

A partir da análise dos elementos normativos mencionados anteriormente, compreende-se que as responsabilidades da ASCOM são amplas e estratégicas, abrangendo desde o planejamento até a execução das ações de comunicação institucional do Ministério. Essas responsabilidades mostram que a Assessoria atua como um núcleo estratégico e operacional da comunicação do Ministério, com papel central na gestão da imagem institucional, na transparência e na interação com a sociedade e a imprensa.

Assim, a Assessoria Especial de Comunicação Social do MF, por meio da execução das suas atribuições, tem o dever de garantir a publicidade e a transparência das ações do órgão ao divulgar informações de interesse geral, apresentar e promover os serviços da administração, tornar conhecida a instituição, seja pela comunicação externa ou interna e estabelecer com seus públicos-alvo uma relação de diálogo.

Dessa forma, uma comunicação sólida, eficiente e integrada deixa de ser apenas desejável e passa a ser essencial. Ela se configura como um instrumento estratégico fundamental para a construção e o fortalecimento da imagem institucional, promovendo a disseminação contínua e consistente das iniciativas do órgão. Além disso, contribui diretamente para reafirmar, junto à sociedade, o compromisso público assumido pela instituição, materializado por meio da prestação de serviços e da gestão responsável dos recursos e investimentos públicos.

3.3 Da necessidade:

Considerando o cenário exposto, a Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM tem a necessidade de obter suporte técnico especializado em comunicação social que viabilize a promoção dessas ações de comunicação coordenadas, às quais devem ser realizadas por profissionais capacitados em comunicação social e jornalismo. Esse suporte enseja a contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem a prospecção, o planejamento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação, conforme descritos na Instrução Normativa nº 1 de 2023 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência - SECOM.

O modelo de comunicação aqui demandado é multiplataforma, dinâmico e objetivo, permitindo o diálogo efetivo com os públicos-alvo e proporcionando à Administração Pública uma postura proativa, atenta e comprometida com o esclarecimento, a valorização e a promoção das ações governamentais. Ressalta-se, ainda, a relevância do trabalho de inteligência em comunicação, fundamental para uma atuação coesa e estrategicamente planejada, que vá além do simples uso de ferramentas ou da atuação isolada de profissionais da área.

Esta equipe considera, ainda, que, diante da crescente complexidade do cenário informacional, é fundamental a implantação de uma estrutura organizada para o atendimento e a interação com os diversos veículos de comunicação, com o objetivo de sistematizar e padronizar as ações voltadas ao relacionamento institucional com a mídia, tornando-as mais eficazes e alinhadas às diretrizes do órgão.

Essa necessidade é reforçada pela expansão acelerada do acesso à informação pela população, impulsionada pelo avanço da internet e pela crescente atuação de múltiplos veículos de comunicação no ambiente digital, bem como pelo aumento global da audiência e da circulação de diferentes formatos midiáticos.

Nessa circunstância, a contratação de serviços de comunicação revela-se imprescindível para conferir à atuação do órgão a agilidade compatível com o ritmo das inovações do setor. Além disso, contribui para ampliar a credibilidade e a tempestividade das ações de divulgação voltadas à população, seja por meio da imprensa, de canais próprios de comunicação, de formadores de opinião ou de outros meios disponíveis.

Atualmente, a Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Fazenda, possui um quadro reduzido de servidores efetivos com formação em Comunicação Social, insuficiente para atender, adequadamente, o volume de tarefas indispensáveis à necessária efetividade das ações de comunicação de interesse público do Ministério.

Importa salientar que a contratação de serviços de comunicação institucional não é uma prática exclusiva do Ministério da Fazenda. Diversas Assessorias de Comunicação Social no âmbito do Poder Executivo Federal, assim como em outros Poderes, fazem uso da contratação desses serviços para atender de forma adequada e eficiente às suas demandas. Isso demonstra que o modelo de atendimento por meio de empresas contratadas está consolidado no mercado e tem se mostrado alinhado aos interesses e às necessidades da Administração Pública.

Salienta-se, também, que os serviços previstos no contrato a ser celebrado após procedimento licitatório, caso essa se configure como a solução mais adequada para a presente demanda, serão executados sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Fazenda.

Diante do exposto, e considerando que a Descrição da Necessidade deve apresentar os motivos que a justificam, bem como a necessidade final a ser atendida, verifica-se ser imprescindível a realização de estudo voltado à contratação de serviços de comunicação institucional. Tal medida é fundamental, a fim de assegurar a continuidade da prestação desses serviços, atualmente atendidos por meio do Contrato Administrativo nº 60/2020, celebrado com a empresa CDN Comunicação Corporativa Ltda, cujo objeto é a prestação de serviços de comunicação corporativa para o Ministério da Fazenda. Ressalta-se que a vigência desse contrato se encerra em 31/12/2025, sem possibilidade de prorrogação, em virtude do alcance do limite máximo de 60 (sessenta) meses, conforme previsto na Lei nº 8.666/93.

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1 Requisitos Gerais dos Serviços

Para atendimento das necessidades do Ministério da Fazenda, por meio da Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM, será necessária a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional, compreendendo:

- a) prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;
- b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e
- c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

Para a execução destes serviços a contratada fará o planejamento e gerenciamento de comunicação social estruturado para o manejo das ferramentas de relacionamento com a imprensa, relações públicas, e não o simples fornecimento de profissionais dessas áreas ou mesmo de produtos e serviços isolados, na medida em que os serviços pretendem tornar estas ferramentas parte de um todo articulado e coeso, o que caracteriza o objeto contratual.

A empresa contratada deverá possuir capacidade técnica e experiência comprovadas nos serviços abrangidos pelo objeto da licitação.

As atividades descritas acima, dependerão de aprovação expressa do órgão contratante para sua execução.

4.2 Requisitos Específicos

A especificação dos produtos e serviços foi definida levando-se em conta, inicialmente, a estrutura básica dos objetos e os produtos/serviços de composição desenhados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR. Em seguida, foram analisadas a execução do contrato atualmente vigente no âmbito do Ministério da Fazenda e as considerações da equipe responsável pela gestão e fiscalização. A partir dessa análise, concluiu-se pela necessidade de novos serviços, bem como pela previsão de aumento das demandas, em decorrência da evolução contínua das ferramentas e estratégias de comunicação."

A descrição detalhada dos produtos e serviços, com previsão de quantitativos estimados, das formas de entrega, de prazos, de critérios para avaliação das atividades e as características para classificação das complexidades, seguem pormenorizadas no tópico 8. Descrição da solução como um todo, do presente Estudo, e ainda, na planilha, apêndice I e apêndice II, do ETP.

4.3 Quanto aos critérios de Habilitação Técnica:

A contratação de serviços de comunicação social, em razão de sua complexidade, faz-se necessário analisar a capacidade técnica da empresa, por meio de sua capacidade produtiva no período contratual, no caso 12 meses.

Sendo assim, importante incluir como critério de habilitação que a empresa seja capaz de apresentar pelo menos metade dos serviços estimados no anexo I, do Apêndice I, do Termo de Referência. Assim, será possível aferir se a empresa concorrente já efetuou serviços compatíveis com o objeto da licitação, e ainda permitir o julgamento objetivo da licitação, com relação a habilitação.

Além disso, a empresa precisa atestar que possui ao menos 3 (três) anos de experiência no ramo da contratação, a fim de que seja verificada a efetividade, a segurança e a seriedade na prestação dos serviços.

Para tanto, a equipe de planejamento entende que as licitantes deverão apresentar declaração (ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência.

Serão considerados serviços compatíveis com o objeto da concorrência a realização de ao menos 50% das estimativas anuais previstas no Apêndice I do Termo de Referência (podendo cumular atestados para alcançar a exigência, desde que cada serviço, separadamente, seja realizado dentro dos mesmos 12 meses consecutivos, independentemente de ser um ano de exercício) nos seguintes serviços de maior relevância e no mínimo 3 (três) anos de experiência:

- Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação;
- Gerenciamento de Crise Nacional;
- Media training;
- Elaboração de Texto em Língua Portuguesa – de qualquer complexidade, podendo cumular (360 textos).
- Peças de Design Gráfico

Os serviços acima descritos são aqueles cujas características são de maior grau de importância técnica, e que de fato permitem avaliar se a empresa consegue entregar os serviços solicitados no contrato.

Além disso, a equipe de planejamento entendeu ser relevante a comprovação de pelo menos 50% das estimativas dos serviços, para permitir uma maior participação de empresas concorrentes na licitação, vez que uma porcentagem maior poderia eliminar empresas menores e uma porcentagem menor não possibilitaria averiguar a capacidade de atendimento em termos quantitativos.

Registra-se que em caso de serviços contínuos, o edital poderá exigir a comprovação de que o licitante tenha executado serviços similares ao objeto da licitação, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo não superior a 3 (três) anos (art.67,§ 5º, da Lei nº 14.133/2021, Anexo VII-A, item 10.6 e item 10.7, da Instrução Normativa Seges, nº 5/2017).

Ainda, a exigência de 3 (três) anos de experiência no mercado é respaldada, conforme o entendimento do Tribunal de Contas da União, Acórdão nº 2.939/2010 - Plenário, em seus itens 7 e 8:

7. Em segundo lugar, por se tratar de serviço de natureza contínua, que podem se estender por longo período, a exigência temporal de experiência mínima no mercado do objeto também é, em princípio, compatível com o dispositivo legal há pouco mencionado, já que o tempo de atuação é critério relevante para avaliar a solidez do futuro fornecedor e, com isso, assegurar boa execução do objeto.

8. Acrescente-se que, na situação em foco, o estipulado prazo de três anos de atuação no mercado, conforme reconheceu a Secex /3, é compatível, dada a natureza contínua dos serviços em questão, com o prazo máximo de 60 meses autorizado pelo inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

4.4 Dos critérios de Pontuação e Julgamento das Propostas Técnicas e Preço:

Como se sabe, o Decreto nº 6.555/2008 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e determina em seu art. 5º, que:

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

O art. 6º do referido Decreto ainda diz, em seu inciso XIV que:

Art. 6 Cabe à Secretaria de Comunicação Social: o XIV - subsidiar a elaboração de minutas de editais e de projetos básicos para a contratação de prestadores de serviços de assessoria de relações públicas, de assessoria de imprensa, de comunicação digital, de promoção e de pesquisa de opinião encaminhados pelos integrantes do SICOM;

Desta feita, os modelos de edital são disponibilizados pela Secom a todas as Assessorias Especiais de Comunicação do Governo Federal, de maneira que as contratações sejam equiparadas, harmônicas e possuam fundamentação equivalente.

Além disso, cumpre destacar que a IN nº 01/2023, da Secom/PR, apresenta em seu anexo III, a os critérios de pontuação, bem como os percentuais de cada um deles, que deverão ser adotados nos julgamentos das propostas.

Sendo assim, a equipe de planejamento seguiu a recomendação dos normativos acima expostos, atendendo as sugestões de pontuação de cada critério de julgamento proposto pela Secretaria de Comunicação, por se tratar de órgão orientador nesse tipo de contratação.

Registra-se que os modelos de edital estão em atualização e ainda não foram aprovados institucionalmente pela Secom/PR.

4.5 Natureza e Enquadramento do serviço a ser contratado

O serviço de comunicação institucional detém **natureza intelectual, intangível e indivisível** caracterizada pela atuação estratégica, intelectual e de alto teor criativo. A prestação dos serviços requeridos consistirá na gerência de um conjunto de ferramentas de comunicação social de forma integrada produzindo um composto de comunicação.

Logo, os serviços aqui supracitados não se alinham às características dos bens e serviços comuns, uma vez que não podem ser definidos por tarefas executadas de forma sistemática ou com protocolos pré-estabelecidos.

As justificativas necessárias relacionadas à complexidade do serviço serão mais bem expostas nos itens subsequentes do ETP.

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

Em relação à classificação do modelo de execução do serviço, o art. 6º, inciso XV, da Lei nº 14.133/2021 conceituou o serviço contínuo como:

XV - serviços e fornecimentos contínuos: serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.

O serviço de Comunicação Institucional é enquadrado como continuado, tendo em vista que, conforme competência apontadas na Descrição da Necessidade, a Assessoria Especial de Comunicação Social é responsável tanto pelo atendimento das demandas de Imprensa direcionadas ao Ministério, como pela criação de conteúdo e gerenciamento de mídias, para tornar os conteúdos acessíveis à sociedade. O número de demandas de imprensa que chega à ASCOM é manifestamente expressivo e permanente, dada à pasta ser responsável pela formulação de políticas econômicas do país.

Logo, os serviços de comunicação são essenciais para garantir o atendimento à imprensa e a divulgação de informações à sociedade, com vistas ao cumprimento dos princípios de publicidade e transparência por parte do Ministério da Fazenda.

Diante disso, justifica-se a necessidade da pretensa contratação de serviços de comunicação institucional de forma continuada, visto que, em conformidade com o entendimento do Tribunal de Contas da União - Acórdão nº 132/2008 da segunda Câmara, a sua interrupção poderá trazer prejuízo à Administração no que tange ao atingimento do objetivo institucional de promover a divulgação de informações relevantes e de interesse da sociedade.

4.6 DO FORNECEDOR

É requerida a contratação de 1 (uma) empresa especializada em comunicação social, estabelecida no país, em situação trabalhista, fiscal e social regular, com conhecimento e experiência na integração das ferramentas de diagnóstico, mapeamento, planejamento, gestão estratégica, monitoramento, avaliação e gerenciamento de crises, desenvolvimento de ferramentas com base em tecnologias modernas, assessoria de imprensa e relações públicas, media training, em especial, experiência na definição e condução de estratégias de comunicação para políticas públicas e imagem institucional para o setor público.

Conforme estabelece o art. 5º, §2º, a Administração Pública pode definir o número de empresas a serem contratadas para a execução dos serviços previstos neste ETP:

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art. 14.

§ 2º Para fins de definição do quantitativo de empresas a contratar para a prestação de serviços de comunicação digital, comunicação institucional e promoção, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência o valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

I - até 19,99% do valor de grande vulto: facultado 1 (uma) ou 2 (duas) empresa(s);

II - de 20% até 49,99% do valor de grande vulto: 3 (três) empresas; e

III - acima de 50% do valor de grande vulto: 4 (quatro) empresas. (grifos nossos)

Seguindo os parâmetros estabelecidos pela **Instrução Normativa SECOM nº 1/2023**, para contratações com valor total estimado de até **R\$ 50.155.374,54**, conforme o inciso I do supracitado artigo, a Administração poderá optar por contratar uma ou duas empresas.

No presente caso, o valor estimado da contratação pelo Ministério da Fazenda é **inferior a R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais)**. Assim, por razões operacionais, especialmente relacionadas à gestão contratual, esta Equipe de Planejamento optou por contratar **1 (uma) empresa**.

A empresa deve comprovar ser composta por equipe profissional e experiente de jornalistas, profissionais de relações públicas, planejamento de comunicação, a qual deverá, necessariamente, atuar na execução do contrato a ser firmado.

Não obstante, a empresa deverá fornecer equipamentos e softwares para utilização da equipe que atuará na execução contratual como; sistemas de monitoramento de mídia para imprensa e mídias sociais, assinatura de banco de imagem, aplicativos de edição gráfica e audiovisual, computadores com desempenho adequado, câmeras, lentes, iluminação, microfones etc., para fotografia e produção audiovisual, entre outros que se fizerem necessários ao desempenho dos serviços integrantes do objeto contratual.

4.7 FORMA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

Os serviços objeto desta contratação deverão ser realizados na forma de **execução indireta**, sob regime de **empreitada por preço unitário**, ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme art. 46, inciso I, da Lei n. 14.133/2021.

Isso, em razão da impossibilidade de se prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência do Ministério da Fazenda.

As demandas de comunicação, em sua maioria, são imprevisíveis e frequentemente escapam ao planejamento prévio da Administração, especialmente em contextos de crise. Ademais, esse tipo de contrato costuma atravessar diferentes gestões, tanto no âmbito ministerial quanto governamental, o que pode acarretar alterações estratégicas na comunicação que não podem ser antecipadas no momento do planejamento.

No que se refere à forma de aferição dos serviços — seja por posto de trabalho, hora/homem, mensuração por resultado (produto entregue) ou modelo híbrido — concluiu-se que a alternativa mais adequada é a entrega de produtos. Tal entendimento alinha-se ao posicionamento do Tribunal de Contas da União, que, por meio do Acórdão nº 3.489/2014 – Plenário, manifestou-se contrariamente à contratação baseada apenas em postos de trabalho. Segundo o TCU:

determinar ao Ministério do Meio Ambiente que adote providências no sentido de que a execução do contrato decorrente do Pregão Eletrônico nº 7/2014 seja sempre precedida de ordem de serviço ou instrumento equivalente, que estabeleça os produtos ou subprodutos esperados para cada período de medição, especificando-se o grau de qualidade exigido e a prévia estimativa do prazo necessário para a sua execução, a fim de que os pagamentos à contratada estejam condicionados à verificação de seu integral e adequado cumprimento, em consonância com os campos definidos no art. 15, inciso IV, da IN/SLTI nº 2/2008, com a prerrogativa explicitada no item 9.4 da minuta de contrato, justificando quando da impossibilidade ou desnecessidade da inclusão de algum desses campos;

(...)

Por fim, a equipe entende que o modelo de contratação baseado em catálogo de produtos e serviços proporciona maior objetividade na definição dos quantitativos, em comparação com os modelos por hora-homem ou por posto de trabalho. Além disso, esse formato favorece um controle mais preciso e transparente da execução contratual.

4.8 DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

O contrato deverá ter duração inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133, observado o limite de 10 (dez) anos contados da data de recebimento do objeto inicial, autorizada a prorrogação na forma do art. 107 desta Lei.

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

No caso dos serviços de comunicação institucional, o prazo decenal se torna muito longo, haja vista as constantes transformações tecnológicas e alterações nos serviços prestados, o que impacta diretamente no objeto contratual.

Por esse motivo, considera-se, inicialmente, ideal a previsão de um contrato com vigência de até 5 (cinco) anos, de modo a permitir que o órgão avalie, de forma estratégica, a necessidade de uma futura contratação que melhor se adeque à realidade e alinhada às necessidades e às demandas da Pasta.

Portanto, a contratação deverá vigor por 12 meses, com possibilidade de renovação por até 5 anos.

4.9 DOS CRITÉRIOS E PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE E CRITÉRIOS SOCIAIS;

Respeitados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, a contratada deverá adotar práticas de sustentabilidade e de natureza ambiental no fornecimento dos serviços, observando, no que for cabível, conforme disposto no art. 5º da Lei 14.133 /2023, para estabelecer critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela administração pública federal. De acordo com o Guia Nacional de Contratações sustentáveis, 6º edição setembro 2023:

a contratação sustentável, por sua vez, é aquela que integra considerações socioambientais, culturais e de acessibilidade em todas as suas fases, com o objetivo de reduzir impactos negativos sobre o meio ambiente e, via de consequência, aos direitos humanos. Trata-se de uma expressão abrangente, uma vez que não está delimitada pelo procedimento licitatório em si, mas perpassa todas as fases da contratação pública, desde o planejamento, a elaboração do edital, fiscalização da execução contratual e gestão dos resíduos.

Este instrumento é objeto de serviços meramente intelectual que utiliza meios de produção totalmente sustentáveis já que sua atividade e seus objetivos se dão prioritariamente via eletrônica e/ou presencial durante a execução contratual. Além disso, quando necessário o(s) serviço (s) deverá(ão) respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos.

A empresa vencedora não poderá manter em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal de 1988.

Se comprometer a promover a diversidade étnico-racial cultural e social com o intuito de viabilizar uma equipe mais diversa em prol da criatividade. Pessoas com pontos de vista e históricos pessoais diferentes tendem a pensar de outras formas e encontrar várias soluções, resultando em uma maior capacidade criativa e inovadora.

Se comprometer a não realizar atos de discriminação, em todas as suas formas, por motivos de raça, gênero e outros, conforme dispõe a Constituição Federal de 1988 em seu inciso IV do art. 3º, inciso I do art. 5º, e os arts. 38 e 39 do Estatuto da Igualdade Racial, Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010;

Se comprometer a não praticar, de nenhuma forma, ações que lesionem a Dignidade da Pessoa Humana e a Valorização do Trabalho Humano protegidos nos arts. 1º e 170 da Constituição Federal, e que possam ser enquadradas nos arts. 149, 203 e 207 do Código Penal (dispositivos que tratam do trabalho análogo ao de escravo e tráfico de pessoas para esse fim), Decreto nº 5.017 /2004, que promulga o Protocolo de Palermo e as Convenções da OIT nos 29 e 105.

4.10 DA TRANSIÇÃO CONTRATUAL

Para viabilizar a próxima licitação, é essencial conduzir a orientação por meio da apresentação de um relatório abrangente, descrevendo o trabalho desenvolvido, os desafios enfrentados e as oportunidades identificadas, bem como, acesso e organização do acervo eletrônico de conteúdo produzido, arquivos editáveis de produção gráfica e audiovisual no caso dos serviços de produção/editoração audiovisual, gráfica e fotografia.

4.11 PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIOS

Para a presente licitação, não é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio.

A participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade da licitação que é a obtenção da melhor relação custo-benefício para atender à necessidade da Administração. Os consórcios, geralmente, constituem instrumentos de ampliação da competitividade, na medida em que possibilitam as empresas que os integram somar capacidades técnica, econômico-financeira e know-how para participar de procedimento licitatório em que, individualmente, não teriam condições.

Contudo, embora não prescindir de características de cunho intelectual e complexo, conforme já explanado, é pacífico que a prestação de serviços de comunicação é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades de comunicação deste Ministério, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados. Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva, mas ao contrário, pode cerceá-la, pois as empresas não poderiam participar simultaneamente de forma individual e consorciada e, portanto, não poderiam concorrer entre si.

Somado a isso, acrescenta-se o fato de que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de comunicação do Ministério, tendo em vista as possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

Não inclusão do tratamento diferenciado e simplificado, disposto no art. 179, da Constituição Federal, referente a participação de microempresas e empresas de pequeno porte (ME e EPP)

Este processo observa as diretrizes da SECOM, com base no modelo de minuta de edital disponível em seu sítio eletrônico, o qual, entretanto, não incorpora as previsões do art. 179 da Constituição Federal.

Ademais, a nova Lei de Licitações prevê a aplicação dos benefícios às ME/EPP, excetuadas as seguintes hipóteses:

Art. 4º Aplicam-se às licitações e contratos disciplinados por esta Lei as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

§ 1º As disposições a que se refere o caput deste artigo não são aplicadas:

I – no caso de licitação para aquisição de bens ou contratação de serviços em geral, ao item cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

II – no caso de contratação de obras e serviços de engenharia, às licitações cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

§ 2º A obtenção de benefícios a que se refere o caput deste artigo fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo o órgão ou entidade exigir da licitante declaração de observância desse limite na licitação.

§ 3º Nas contratações com prazo de vigência superior a 1 (um) ano, será considerado o valor anual do contrato na aplicação dos limites previstos nos §§ 1º e 2º deste artigo.

4.12 PARTICIPAÇÃO DE COOPERATIVAS

Dada a significativa complexidade dos serviços de comunicação institucional e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos, com base no artigo 10, Instrução Normativa SEGES/MPDG n. 05, de 26 de maio de 2017.

4.13 MODALIDADE E TIPO DA LICITAÇÃO

A Instrução Normativa nº 01, de 19 de junho de 2023, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR, orienta a contratação de serviços de comunicação por meio da modalidade Concorrência. Vejamos:

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

Isso porque os serviços de comunicação são considerados serviços de natureza intelectual, intangível e indivisível, conforme §2º, do art. 1º, da referida IN nº 01/2023. In verbis:

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

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

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

Além disso, a referida IN nº 01/2023, da SECOM/PR, orienta ainda a escolha do tipo de licitação por melhor técnica ou técnica e preço.

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

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

Portanto, passamos a fundamentação quanto a decisão do órgão.

Vejamos o que o Manual de Limitações e Contatos – Orientações e Jurisprudência do TCU (5ª Edição) – orienta a respeito do critério Técnica e Preço

3.4.4 Técnica e Preço

O critério de julgamento de técnica e preço deve ser utilizado quando a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração [1].

Por esse critério de julgamento, a apuração da proposta mais vantajosa se dá pela conjugação de fatores relacionados a aspectos de técnica e ao preço a ser pago[2].

Deverão ser avaliadas e ponderadas primeiramente as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, sendo permitido o estabelecimento da “proporção máxima de 70% de valoração para a proposta técnica”[3].

Quando adotado o critério de julgamento por técnica e preço, a modalidade de licitação deverá ser a concorrência ou o diálogo competitivo (fase competitiva), quando pertinente. O modo de disputa será o fechado[4].

A Lei 14.133/2021 elenca os tipos de objeto que podem ser contratados com adoção do julgamento por técnica e preço, a saber [5]:

Art. 36. [...] § 1º [...]:

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

II – serviços majoritariamente dependentes de tecnologia sofisticada e de domínio restrito, conforme atestado por autoridades técnicas de reconhecida qualificação;

III – bens e serviços especiais de tecnologia da informação e de comunicação;

IV – obras e serviços especiais de engenharia;

V – objetos que admitam soluções específicas e alternativas e variações de execução, com repercussões significativas e concretamente mensuráveis sobre sua qualidade, produtividade, rendimento e durabilidade, quando essas soluções e variações puderem ser adotadas à livre escolha dos licitantes, conforme critérios objetivamente definidos no edital de licitação.

Os serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual são os realizados em trabalhos relativos a[6]:

- a) estudos técnicos, planejamentos, projetos básicos e projetos executivos;
- b) pareceres, perícias e avaliações em geral;
- c) assessorias e consultorias técnicas e auditorias financeiras e tributárias;
- d) fiscalização, supervisão e gerenciamento de obras e serviços;

- e) patrocínio ou defesa de causas judiciais e administrativas;
- f) treinamento e aperfeiçoamento de pessoal;
- g) restauração de obras de arte e de bens de valor histórico;
- h) controles de qualidade e tecnológico, análises, testes e ensaios de campo e laboratoriais, instrumentação e monitoramento de parâmetros específicos de obras e do meio ambiente e demais serviços de engenharia que se enquadrem na definição deste inciso;

Os serviços mencionados nas alíneas “a”, “d” e “h” supra cujo valor estimado da contratação seja superior a R\$ 359.436,08 [7] devem ser contratados pelo critério de julgamento de melhor técnica, ou de técnica e preço, na proporção de 70% de valoração da proposta técnica, ressalvados os casos de inexigibilidade de licitação[8].

Para a contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, a Lei 14.133/2021 estabelece o uso do concurso, em alguns casos, ou da concorrência[9]. No caso do concurso, o critério de julgamento obrigatoriamente será de melhor técnica ou conteúdo artístico. Já a concorrência pode ocorrer segundo o critério de julgamento por técnica e preço, ou pelos critérios de julgamento pelo menor preço ou maior desconto, nos casos em que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital não forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração[10] (exceto na hipótese mencionada no parágrafo anterior, prevista no art. 37, § 2º, da Lei 14.133/2021).

Nessa linha, a IN – Seges/MGI 2/2023 dispõe que:

Art. 12 [...] Parágrafo único. Quando o estudo técnico preliminar demonstrar que os serviços que envolverem o desenvolvimento de soluções específicas de natureza intelectual, científica e técnica puderem ser descritos como comuns, nos termos do inciso XIII do art. 6º da Lei nº 14.133, de 2021, o objeto será licitado pelo critério de julgamento por menor preço ou maior desconto.

Para o julgamento por técnica e preço, a Lei 14.133/2021 estabelece os seguintes fatores de avaliação das propostas (art. 37):

I – verificação da capacitação e da experiência do licitante, comprovadas por meio da apresentação de atestados de obras, produtos ou serviços previamente realizados;

II – atribuição de notas a quesitos de natureza qualitativa por banca designada para esse fim, de acordo com orientações e limites definidos em edital, considerados a demonstração de conhecimento do objeto, a metodologia e o programa de trabalho, a qualificação das equipes técnicas e a relação dos produtos que serão entregues;

III – atribuição de notas por desempenho do licitante em contratações anteriores aferida nos documentos comprobatórios de que trata o § 3º do art. 88 desta Lei e em registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP). (Grifo nosso)

A atribuição de notas aos quesitos de natureza qualitativa, de que trata o inciso II do art. 37 da Lei 14.133/2021 deverá ser realizada por banca com, no mínimo, três membros, composta por servidores efetivos ou empregados públicos; ou por profissionais contratados por conhecimento técnico, experiência ou renome na avaliação dos quesitos especificados em edital, desde que supervisionados por agente público[11].

A jurisprudência do TCU é firme no sentido de que os fatores de ponderação entre as notas das propostas de técnica e de preço devem ser fundamentados no processo licitatório, a fim de evidenciar sua razoabilidade e demonstrar que não representam privilégio ou proporcionam aumento indevido de preço em decorrência de diferenças técnicas não substanciais[12].

Nesse sentido, os princípios da motivação, da razoabilidade e da proporcionalidade devem ser especialmente valorados quando da escolha do critério de julgamento por técnica e preço, da definição da proporção entre os quesitos e da escolha dos critérios de avaliação da técnica envolvida, os quais devem ser dotados do máximo de objetividade possível.

Ainda se relaciona alguns Acórdão da Suprema Cortes de Contas:

Acórdão 765/2025 – TCU-Plenário:

“Não se pretende que a contratação se dê pelo critério de julgamento ‘menor preço’, mas sim que se cogite o critério ‘técnica e preço’ e se compare com o adotado, em busca de uma equilibrada relação custo-benefício. Os itens de avaliação citados podem e devem ser contemplados sob o critério ‘técnica e preço’, com a possibilidade de comporem a proposta técnica com peso de até 70% na avaliação final (30% para a proposta de preços), a teor do § 2º do art. 36 da Lei 14.133/2021.”

VOTO

9.2. comunicar esta decisão à representante, ao MDA e à Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República, destacando, em relação aos dois últimos, a existência de riscos, relacionados à pesquisa de preços para estimativa do valor em licitações cujo critério de julgamento é a “melhor técnica”, que poderiam, em tese, ser mitigados com a opção pelo critério “técnica e preço”;

Acórdão 2.610/2024 – TCU-Plenário:

“25. Por fim, como órgão de controle, entendo que é pertinente alertar a Secom/PR sobre os cuidados que devem cercar a adoção da modalidade ‘melhor técnica’ nas licitações públicas, sobretudo porque a lei contempla como alternativa a possibilidade de adoção do critério ‘técnica e preço’, que não deixa de ponderar aspectos econômicos no cenário competitivo. Aliás, importante destacar que a jurisprudência deste Tribunal sobre o assunto, embora majoritária no sentido de limitar o peso da técnica nos critérios de julgamento para 50% da nota final dos licitantes, admite, desde que devidamente justificado, peso de até 70% para o elemento técnico nos certames públicos.

26. Acrescento que, embora expressamente autorizado pela lei o uso do critério de ‘melhor técnica’, sempre que os estudos preliminares e as justificativas não afastarem por completo a necessidade de ponderações econômicas, vale considerar, como registrado pela unidade instrutiva, que ‘a ausência de um componente de preço na avaliação pode levar à seleção de propostas com custos significativamente mais altos do que o que seria necessário para a contratação’.

27. Além disso, o critério de ‘melhor técnica’ utilizado indistintamente, sem as justificativas e estudos que o suportem, e ainda sem apropriá-lo aos casos em que o interesse público está centrado unicamente na técnica do projeto a ser contratado, pode ser insuficiente para garantir a qualificação da empresa ou dos profissionais contratados. Como lembrado pela AudContratações: ‘pode-se imaginar a situação, por exemplo, uma empresa que se esmera na elaboração de sua proposta técnica, inclusive recorrendo a profissionais que não integram seus quadros, e venha a se sagrar vencedora da licitação, porém que não se seja apta operacional e profissionalmente para executar os serviços ultimados pela contratação’. A qualidade da contratação pode ser aprimorada pela conjunção de critérios adequados de qualificação técnica e a garantia de que os profissionais indicados pelas agências participarão efetivamente da execução dos serviços.”

Acórdão 1257/2023-TCU-Plenário

[Enunciado] A comissão julgadora de licitação do tipo “técnica e preço” deve fundamentar adequadamente as avaliações das propostas técnicas, deixando-as consignadas em relatório circunstanciado nos autos do processo, não se limitando a meramente expressar as notas ou os conceitos. Para reduzir o grau de subjetividade nas pontuações atribuídas a essas propostas, os critérios de julgamento devem estar suficientemente detalhados no edital do certame, sob pena de violação ao princípio do julgamento objetivo.

Acórdão 2108/2020-TCU-Plenário

[Enunciado] Em licitação do tipo técnica e preço, a Administração deve se abster de utilizar, para atribuição da nota de preço, qualquer critério que tenha como resultado prático a fixação de preço mínimo, a exemplo da limitação da nota de preço a um valor máximo, em desacordo [...] com o princípio da economicidade.

Destacam-se, ainda, as valiosas contribuições do jurista Marçal Justen Filho no tocante à escolha do critério de julgamento, cujas reflexões, presentes em sua obra Comentários à Lei de Licitações e Contratações Administrativas (2ª ed., 2023), oferecem fundamentos relevantes para a adequada aplicação da Lei nº 14.133/2021, especialmente ao reconhecer que a nova legislação confere maior autonomia à Administração para modelar o processo licitatório conforme a complexidade e os objetivos do contrato, o que justifica a adoção do critério técnica e preço em contratações de natureza intelectual e estratégica, como a comunicação institucional:

“A escolha do critério de julgamento envolve uma formalidade instrumental, não um fim suficiente em si mesmo para satisfazer o interesse da Administração.

Eleger licitação de menor preço quando o mais adequado seria uma licitação de técnica pode não acarretar efeito negativo algum, a depender do critério mínimo de qualidade.

O grande problema da utilização da licitação de menor preço, em hipóteses que demandariam licitação de técnica, é a adoção de parâmetro mínimo insuficiente, imperfeito e inadequado para satisfazer a necessidade estatal.

Daí, então, a Administração desembolsará o menor preço, mas receberá prestação destituída de aptidão para satisfazer as necessidades cogitadas. Nesse caso, incorrer-se-á na trágica constatação de que, por menor que seja o preço pago, configura-se um desperdício pagar algo por uma prestação inadequada. Ou seja, o risco reside em selecionar prestação com qualidade insuficiente.

Já a adoção de licitação técnica, em hipóteses em que caberia licitação de menor preço, envolve o risco de aquisição de prestação de qualidade excessiva, desnecessária.

Sagrar-se-á vencedora proposta cujo valor mais elevado será a contrapartida por uma qualidade sobejante. Ao contrário, a Administração deverá buscar que os critérios de diferenciação técnica e sua relação com a vantagem econômica assegurem um resultado equilibrado, de modo que obtenha o resultado mais satisfatório. Um exemplo permite explicitar o raciocínio. Suponha-se licitação técnica e preço para aquisição de óleo lubrificante. A durabilidade poderia ser um critério de julgamento técnico. Imagine-se que saísse vencedora a proposta do produto que permitisse a lubrificação de equipamento industrial durante 48 horas, com preço de 10. Essa oferta seria mais vantajosa do que outra, que tivesse oferecido preço de 5 para óleo que propiciasse lubrificação por apenas 20 horas. No exemplo, é mais vantajosa a oferta de valor de 10 do que aquela de valor de 5. Portanto, a licitação de melhor técnica teria conduzido a selecionar proposta mais vantajosa do que se obteria numa licitação (malfeita) de menor preço.”

2.1 A relevância do preço

A licitação sempre visa a obter a melhor proposta pelo menor custo possível. Esse fator (menor custo possível) é ponto comum nas licitações de menor preço, de maior desconto e de técnica e preço. As exigências quanto à qualidade, prazos e outras, podem variar caso a caso. Porém, isso não ocorrerá no tocante ao preço. A Administração Pública tem o dever de buscar o menor desembolso de recursos, a fazer-se nas melhores condições possíveis. Qualquer outra solução ofenderia aos princípios mais basilares da gestão da coisa pública. (pg.

[...]

1.4. A Característica da licitação técnica e preço (art. 36 Lei 14.133/21)

O ponto diferencial reside em que, na licitação de técnica e preço, a determinação da proposta mais vantajosa resulta da conjugação das notas técnicas e preço. Ou seja, a variação da nota técnica afeta o resultado final da licitação.

Numa licitação de menor desembolso, em que seja prevista a existência e a pontuação de proposta técnica, a determinação da proposta mais vantajosa reflete exclusivamente a proposta de preço. Em tal hipótese, a existência e a pontuação da proposta técnica destinam-se apenas a avaliar o preenchimento dos atributos de qualidade mínima exigidos para a aceitabilidade da proposta. (pag. 490)

1.5 A relevância das considerações anteriores

As considerações anteriores são muito relevantes porque evidenciam que a qualidade técnica da proposta se configura como fundamental não apenas nas licitações técnica e preço.

Os atributos técnicos da proposta são essenciais inclusive nas propostas de menor desembolso. A previsão explícita de atributos de qualidade mínima destina-se a evitar que a Administração contrate um objeto de qualidade imprestável, ainda que desembolsando valores irrisórios.

Mas a licitação de técnica e preço visa não apenas a evitar contratar objeto de qualidade inferior à mínima necessária a satisfazer as necessidades administrativas. A finalidade da licitação de técnica e preço é obter contratação de maior qualidade, mediante o pagamento de menor preço possível

2.5 O cabimento do critério de técnica e preço

O critério de cabimento de técnica e preço será adequado nos casos em que a necessidade da Administração é satisfeita mediante objetos de qualidade diversa, mas em que as variações de qualidade representam vantagens significativas.

Ou seja, adota-se o critério de técnica e preço não porque a Administração somente possa ser satisfeita por objeto de qualidade mais elevada. Nas hipóteses de cabimento de técnica e preço, a característica reside em que os objetos que preenchem o mínimo aceitável de qualidade são considerados satisfatórios, mas não tão vantajosos quanto aqueles de qualidade superior. Em tais casos a elevação da qualidade apresenta tamanha relevância para a Administração que se torna vantajoso desembolsar valores mais elevados para a sua contratação.

Por exemplo, considere-se um sistema de computação destinado ao processamento de pedidos de exportação de produtos. Imaginem-se diversas opções, cada qual envolvendo uma relação entre a rapidez e eficiência e o custo. Assim, algumas alternativas envolveriam obtenção de solução num prazo de cinco dias, com um preço bastante reduzido. Admite-se que, à

medida que o equipamento apresentasse maior eficiência, tanto mais elevado seria o preço. Logo, poderia imaginar-se uma opção em que a liberação de guias ocorresse em pouco minutos, com preço dezenas de vezes mais elevado do que aquele das soluções mais lentas. Nas hipóteses ora consideradas, a Administração tem de preocupar-se com o máximo de qualidade, que se reflete no grau de satisfação do interesse que ela pretende tutelar. Esses são os casos em que a execução adequada pelo Estado de suas funções comporta diversos níveis de eficiência, de tal modo que a elevação da qualidade da prestação importa ampliação do desempenho da Administração e do atingimento das finalidades visadas. Quanto maior a qualidade, tanto melhor será o atingimento aos fins de interesse coletivo ou de interesses estatais que a contratação objetiva concretizar. A escolha da Administração deverá, em todos os casos ser norteada pelo princípio da proporcionalidade. Ou seja, deverá ponderar os benefícios extraíveis da prestação e os encargos para si gerados, de modo a evitar o desembolso excessivo de recursos. (pag. 491 e 492)

Com base na Lei 14.133/2021, verifica-se que as principais diferenças entre os critérios de julgamento melhor técnica e técnica e preço são as seguintes:

1. Melhor Técnica

- Foco exclusivo na qualidade técnica da proposta.
- Utilizado quando a qualidade é o fator mais relevante, como em serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual (ex: projetos, consultorias, estudos técnicos).
- O preço não é considerado no julgamento.
- Exige justificativa técnica robusta no processo licitatório.
- Previsto no art. 33, inciso III da Lei 14.133/21.
- Aplicável, por exemplo, em contratações que envolvam conteúdo artístico ou alta complexidade técnica, onde a excelência do resultado é essencial

2- Técnica e Preço

- Combina avaliação técnica e preço, com pesos definidos no edital (ex: 70% técnica e 30% preço).
- Utilizado quando a qualidade técnica é importante, mas o custo também é relevante para a Administração.
- Previsto no art. 33, inciso IV da Lei 14.133/21.
- Adequado para serviços técnicos especializados, bens e serviços de tecnologia da informação, obras especiais de engenharia, entre outros
- Permite maior equilíbrio entre eficiência técnica e economicidade.

Assim, com base na Lei nº 14.133/2021, nas orientações do Tribunal de Contas da União (TCU) e na doutrina especializada e considerando a natureza estratégica e sensível da comunicação institucional, especialmente em ações que impactam a imagem pública do Ministério da Fazenda e o relacionamento com diversos públicos de interesse, esta equipe de planejamento entende que o critério de julgamento mais adequado à presente contratação é o de técnica e preço. Tal escolha está amparada no art. 36, §1º, inciso I da Lei nº 14.133/2021, que recomenda esse critério para serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, como é o caso da comunicação institucional. A conjugação entre qualidade técnica e valor ofertado, com pesos previamente definidos (por exemplo, 70% técnica e 30% preço), permite à Administração alcançar o equilíbrio entre excelência na execução e economicidade, conforme também orienta o TCU

Tecendo ainda comentários a respeito da ponderação dos pesos, esta equipe entende que a melhor escolha seria a atribuição de 70% para a técnica e 30% para o preço, uma vez que:

- fundamenta-se na premissa de que, em contratações de serviços de comunicação institucional, a qualidade técnica da proposta é o fator preponderante para o alcance dos objetivos estratégicos da Administração. A comunicação institucional exige soluções criativas, alinhamento com diretrizes de imagem pública, domínio de linguagem adequada aos públicos de interesse e capacidade de resposta a contextos sensíveis e dinâmicos. Assim, a maior valorização da técnica visa garantir que a proposta selecionada apresente o melhor desempenho possível nesses aspectos.
- a atribuição de 30% ao preço assegura a observância do princípio da economicidade, permitindo que a Administração avalie a viabilidade financeira das propostas sem comprometer a qualidade do serviço. Essa ponderação está em

consonância com as boas práticas recomendadas por órgãos de controle, como o Tribunal de Contas da União, e com o disposto na Lei nº 14.133/2021, que permite a definição de pesos proporcionais à relevância de cada critério para o objeto contratado.

4.14 DA SUBCONTRATAÇÃO

Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

5. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social	ANA FLÁVIA DE ALMEIDA GUSSEN

6. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 29.805.059,20

O valor global anual previsto para a pretensa contratação, nesta fase de Estudo Técnico Preliminar, é de R\$ 29.805,059,20 (vinte e nove milhões, oitocentos e cinco mil, cinquenta e nove reais e vinte centavos), conforme planilha comparativa de preços e nota técnica Nº 1828 (SEI: 51420248 e 50724403).

Especificando-se que até **5 % (cinco por cento)** do valor estimado para a contratação poderá, a critério do contratante, ser destinado para o reembolso à contratada das despesas provenientes dos deslocamentos de profissionais a serviço.

7. Levantamento de Mercado

7. Levantamento de Mercado

7.1 Este levantamento de mercado foi constituído pela prospecção e análise das alternativas possíveis à solução da necessidade de serviços de comunicação social do Ministério da Fazenda.

7.2 Para tal, foram consideradas contratações de produção e assessoramento em comunicação feitas por outros órgãos governamentais com objetivo de identificar formatos de contratação, valores de mercado e a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da administração.

7.3 Foram analisados 4 (quatro) contratos em consulta no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, e mais 2 (dois) contratos por consulta e-mail a Órgãos da Administração Pública Direta do Governo Federal e, ainda, consulta nos sites desses Órgãos.

Número do Contrato	Vigência	Órgão	UASG	Objeto	Modalidade	Critério de Julgamento	Legislação Principal	Tipo de Consulta
21/2024	22/11/2024 a 22/11/2025	Ministério das Comunicações	410003	Comunicação Institucional	Concorrência	Melhor Técnica	IN nº 01/SECOM/2023 e Lei 14.133/2021	PNCP
7/2024	08/08/2024 a 08/08/2025	Ministério das Cidades	560010	Comunicação Institucional	Concorrência	Melhor Técnica	IN nº 01/SECOM/2023 e Lei 14.133/2021	PNCP
36/2024	06/12/2024 a 06/12/2025	Ministério de Minas e Energia	320004	Comunicação Institucional	Concorrência	Melhor Técnica	IN nº 01/SECOM/2023 e Lei 14.133/2021	PNCP
1/2025	14/03/2025 a 14/03/2026	Ministério do Turismo	540004	Comunicação Institucional	Concorrência	Melhor Técnica	IN nº 01/SECOM/2023 e Lei 14.133/2021	PNCP
8/2025 (SEI: 50634987)	1/5/2025 a 01/01/2026	Ministério dos Transportes	390004	Comunicação Institucional	Concorrência	Técnica e Preço	IN nº 01/SECOM/2023 e Lei 14.133/2021	PNC
19/2022 (SEI: 50634866)	01/07/2022 a 01/07/2025	Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome	550005	Comunicação Corporativa	Concorrência	Técnica e Preço	IN SECOM Nº 4/20218 e Lei 8.666/1993 (revogadas)	Site e E-mail

7.4 Os critérios considerados foram: modalidade de contratação, critério de julgamento, descrição do objeto e produtos/serviços disponibilizados. Desta análise foram obtidos os seguintes achados:

1. As necessidades de comunicação variam conforme a abrangência do órgão, sua visibilidade e escopo de atuação.
2. O valor da contratação está diretamente relacionado a amplitude do escopo de atuação do órgão.
3. Dos 6 (seis) contratos consultados pela equipe de planejamento, verificou-se que 4 (quatro) Órgãos optaram por realizar a licitação na modalidade Concorrência, adotando como critério de julgamento Melhor Técnica, especialmente nos casos de contratos com escopo mais amplo e complexidade elevada. Em 2 (dois) Órgãos foram utilizado o critério de Técnica e Preço, que permite equilibrar a qualidade técnica da proposta com a oferta financeira mais vantajosa para a Administração.
4. Cada órgão compõe as opções de produtos/serviços a serem ofertados conforme sua necessidade e característica de atuação em comunicação social, além de personalizar cada produtos/serviços conforme suas prioridades e necessidades.
5. A maior parte dos contratos oferecem no mínimo: Assessoria de Imprensa, Assessoria de redes sociais (nos casos que abrangem esse objeto), Produção fotográfica, Produção Gráfica, Produção Audiovisual, Monitoramento e Análise de Mídia e Media Training. Podendo ser encontrados em conjunto com diversos produtos de estratégia de comunicação.

7.4.1 Além destas informações, foi possível identificar que todos utilizaram as diretrizes postas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR, enquanto órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, a qual estabelece modelos para os serviços em questão. Nestes normativos sugere a estrutura base dos objetos e seus produtos/serviços de composição.

7.4.2 Neste sentido, destacamos a Instrução Normativa nº 1 de 19 de junho de 2023, que está estabelecida sobre o fundamento do Decreto nº 6.555/2008, das Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, **comunicação institucional** e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM.

7.5 Tal instrução orienta a escolha da modalidade de licitação Concorrência a ser julgada pelo critério de melhor técnica ou técnica e preço, devendo ser escolhido em conformidade com as características de cada órgão, considerando os termos da referida Instrução Normativa.

7.5.1 Bem como, estabelece as características dos serviço/objetos de contratação (art. 1º) pelos integrantes do SICOM e veda a licitação para a contratação de mais de um dos serviços especificados no art. 1º, reunidos em um único objeto (art. 14).

7.6 Desta feita, se conclui que inicialmente é necessário fazer o levantamento das necessidades específicas do órgão, delimitar as características de cada produtos/serviços (conforme estrutura estabelecida pela SECOM/PR), a expectativa de consumo de cada produtos/serviços e métricas adequadas a esses produtos/serviços personalizados.

7.7 Apenas de posse dessas definições será possível, em segundo momento, dimensionar o valor da contratação por meio de pesquisa de mercado específica para os produtos desenhados. E na sequência confirmar a modalidade de licitação, bem como, definir o critério de seleção. Uma vez que estes dependem do escopo e custo dos serviços desenhados a partir das características deste Ministério.

7.8 ANÁLISE DA CONTRATAÇÃO ANTERIOR

7.8.1 Como base histórica foi considerado o Termo de Comunicação Corporativa nº 60/2020 firmado com a empresa CDN Comunicação Corporativa Ltda, em 15 dezembro de 2020, com vigência a partir de 31 de dezembro de 2020, para o atendimento das necessidade à época do Extinto Ministério da Economia, o qual era estruturado por 5 (cinco) Secretarias Especiais.

7.8.2 Em 2/3/2023 o contrato foi sub-rogado ao Ministério da Gestão e Inovação em serviços Públicos - MGI.

7.8.3 A gestão do contrato está sob a competência do Ministério da Fazenda, sendo que esse contrato atende atualmente de forma compartilhada em seus quantitativos anuais, o Ministério dos Povos Indígenas - MPI, o Ministério da Gestão e Inovação em serviços Públicos - MGI, o Ministério do Planejamento e Orçamento- MPO e o Ministério da Fazenda - MF, sendo esse Órgão o que mais se utiliza dos produtos e serviços, objeto do Contrato nº 60/2020.

7.8.4 O valor global anual vigente do Contrato de Comunicação Corporativa nº 60/2020 é de R\$ 13.046.508,11 (treze milhões, quarenta e seis mil, quinhentos e oito reais e onze centavos).

7.8.3 Os serviços de comunicação corporativa atualmente são prestados pela CDN COMUNICAÇÃO LTDA, o qual já possui alguns produtos semelhantes aos previstos no apêndice 1, conforme segue abaixo:

ITEM	DESCRIÇÃO	COMPLEXIDADE	QUANT. ATUAL CDN	QUANT. ESTIMADA PARA O MF	JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO DO ITEM	JUSTIFICATIVA DA ESTIMATIVA
	Estratégia de Comunicação.					
		Baixa Regional	-	3 relatórios anuais	O mapa de influenciadores é importante para que a Assessoria de Comunicação possa atuar de forma estratégica pautando a mídia, os produtores de conteúdo, formadores de opinião e, consequentemente, o cidadão acerca de	A estimativa dos quantitativos são consideradas suficientes para a unidade técnica demandante.
		Baixa Nacional	-	3 relatórios anuais		
		Média Regional	-	3 relatórios anuais		
		Média Nacional	-	3 relatórios anuais		
		Alta Regional	3	-		

1.	Mapa de Influenciadores	Alta Nacional	3	-	temas importantes e de interesse público. Ter um retrato dos formadores de opinião e de como estão influenciando e informando os cidadãos permite ao Ministério ter uma atuação mais estratégica, direta junto aos cidadãos uma vez que a comunicação pode utilizar as informações do mapa de influenciadores para planejar melhor as ações de comunicação da Pasta.	Não estimado para a nova contratação
Assessoria de Imprensa						
2.	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Baixa	80	36 relatórios anuais	Assessoria de Comunicação do Ministério recebe um fluxo constante diário de pedidos de informação da imprensa. Além disso, o Ministério realiza um trabalho cotidiano de pautar informações de interesse público e da Pasta junto a imprensa, corrige informações, divulga os temas de interesse do Ministério, o que exige um trabalho constante de atendimento à imprensa.	Diminuição do quantitativo.
		Média	60	96 relatórios anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Alta	48	72 relatórios anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Altíssima	12	12 relatórios anuais		Mantido o quantitativo.
3.	Entrevista Coletiva	Baixa	36	60 relatórios anuais	O Ministério divulga todos os meses uma série de informações, dados, relatórios, pronunciamentos de autoridades e técnicos da Pasta, o que exige a convocação e realização de entrevistas coletivas para divulgar e explicar os dados à imprensa e à sociedade.	Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Média	24	36 relatórios anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Alta	12	12 relatórios anuais		Mantido o quantitativo.
4.	Entrevista Coletiva em Ambiente Digital	NA	12	36 relatórios anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
Produção de Conteúdos						
		Baixa	984	360 textos	O Ministério da Fazenda produz cotidianamente uma	Diminuído o quantitativo.

5.	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa	Média	420	600 textos	série de informações por meio de relatórios, reuniões, instrumentos normativos, pronunciamentos de autoridades. Todo esse material requer elaboração de textos para informar ao público e divulgar as ações da Pasta junto a imprensa e toda a sociedade.	Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Alta	36	120 textos		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
6.	Edição de Texto em Língua Portuguesa	NA	1800	1440 textos editados anuais	Os textos produzidos na Assessoria de Comunicação requerem um trabalho de revisão e edição para adequação ao padrão formal da língua portuguesa, visando a conformidade com as normas gramaticais e ortográficas e à legislação.	Diminuído o quantitativo
7.	Fotografia	Baixa	3720	1248 anuais	O fluxo contínuo de eventos, reuniões, fóruns, coletivas e agendas das autoridades da Pasta requer uma cobertura fotográfica constante, pois este material é utilizado em diversos canais de comunicação do Ministério como o site, redes sociais, publicações etc. Tendo em vista a imprevisibilidade de horário e localização geográfica das agendas e divulgações é necessário que este serviço possa acontecer de forma continuada, conforme a agenda pública das autoridades e dos eventos.	Diminuído o quantitativo
		Média	240	240 anuais		Mantido o quantitativo
		Alta	36	36 anuais		Mantido o quantitativo
		Baixa	90	96 arquivos de textos e vídeos anuais	A reportagem em vídeo é um produto essencial para traduzir os materiais de divulgação dos temas de interesse da Fazenda, no site e nas	Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Média	45	48 arquivos de textos e vídeos		Aumento do quantitativo pela unidade

8.	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)			anuais	redes sociais, de maneira mais clara, audiovisual, didática servindo de conteúdo tanto para a imprensa quanto para públicos influenciadores digitais. Esse formato ajuda a traduzir os conteúdos do Ministério da Fazenda de forma mais assertiva e diretiva a determinados públicos-alvo, aumentando o engajamento e facilitando a disseminação de informações estratégicas, garantindo maior alcance e credibilidade junto a audiências-chave.	técnica
		Alta	15	24 arquivos de textos e vídeos anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
9.	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais	Baixa	-	48 arquivos de textos e vídeos anuais	o vídeo depoimento é essencial para transmitir mensagens institucionais de forma direta, autêntica e impactante, tanto para a imprensa quanto para públicos influenciadores digitais. Esse formato humaniza a comunicação, aumenta o engajamento e facilita a disseminação de informações estratégicas, garantindo maior alcance e credibilidade junto a audiências-chave. A ideia é sempre que o porta-voz indicado fale diretamente sobre o assunto de seu domínio neste tipo de vídeo.	Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Média	45	48 arquivos de textos e vídeos anuais		Aumento do quantitativo pela unidade técnica
		Alta	-	24 arquivos de textos e vídeos anuais		Quantidade suficiente para a área técnica
		Baixa	-	60 arquivo de áudio editado por ano	A produção de podcast ajuda a traduzir de forma mais assertiva e objetiva os temas de interesse do Ministério da	Quantidade suficiente para a área técnica
		Média	144	24 arquivo de áudio editado por ano		Quantidade suficiente para a área técnica

10.	Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais	Alta	-	12 arquivo de áudio editado por ano	Fazenda, permitindo a distribuição e regionalização dos conteúdos, com a divulgação do material para diversos veículos, principalmente nos rincões do Brasil e em parceria com a rede nacional de rádio. Estes veículos aproveitam as sonoras com falas de autoridades e fontes do Ministério da Fazenda, esclarecendo os temas e utilizando-as na produção de conteúdos nos próprios veículos de mídia, fazendo com que tais conteúdos alcancem, estrategicamente, a população.	Quantidade suficiente para a área técnica
11.	Projeto Editorial	NA	12	12 arquivo de texto por ano	A produção de relatórios, boletins, documentos de divulgação de dados e temas de interesse do Ministério requer a elaboração de projeto editorial contendo o planejamento das diretrizes de um produto editorial e definição das características do produto e adequação a temática proposta e ao padrão de identidade visual do Governo Federal.	Mantido o quantitativo
12.	Conteúdo e Design para Apresentação	Baixa	72	60 Apresentações em formato digital - anual	O Ministério realiza e participa de uma série de reuniões, fóruns, debates em que é necessária a apresentação de dados, explicações e informações. Há um fluxo e demanda constante dos técnicos e autoridades da Pasta para a elaboração de conteúdo para apresentação de forma padronizada dentro do padrão de	Diminuído o quantitativo
		Média	48	48 Apresentações em formato digital - anual		Mantido o quantitativo
		Alta	24	24 Apresentações em formato digital - anual		Mantido o quantitativo

					identidade do governo federal, de maneira organizada e com conteúdo factual e analítico.	
13.	Banco de Mídias	Baixa	288	24 relatórios anuais	Toda produção de fotografia, áudio e vídeo do Ministério deve ser armazenada em local seguro e acessível para atender às necessidades do órgão. O Banco de Mídias funciona como uma espécie de acervo de documentação fotográfica do órgão.	Quantidade suficiente para a área técnica
		Média	144	24 relatórios anuais		Quantidade suficiente para a área técnica
		Alta	72	24 relatórios anuais		Quantidade suficiente para a área técnica
14.	Ação de Relações Públicas Digital					
	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais	Baixa	12	12 relatórios anuais	Um planejamento estruturado é fundamental para orientar as interações com influenciadores de maneira estratégica, alinhando objetivos institucionais às dinâmicas dos ambientes digitais. Essa etapa assegura que as ações sejam coerentes, mensuráveis e eficazes na construção de relações duradouras, ampliando a influência positiva da instituição perante seu público-alvo.	Mantido o quantitativo
		Média	6	6 relatórios anuais		Mantido o quantitativo
		Alta	4	4 relatórios anuais		Mantido o quantitativo
15.	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais	Baixa	-	12 relatórios anuais	A produção de conteúdo multimídia (como imagens, vídeos, infográficos e podcasts) é crucial para engajar diferentes perfis de públicos influenciadores, adaptando a comunicação a suas preferências e plataformas. Esse recurso diversificado aumenta a interação, fortalece a identidade institucional e facilita a transmissão de mensagens complexas de forma	Acrescida a complexidade alta em 12 anuais
		Média	264	48 relatórios anuais		Diminuído o quantitativo
		Alta	-	12 relatórios anuais		Acrescida a complexidade alta em 12 anuais

					acessível e atrativa. A convergência de mídias nos tempos atuais é fundamental, e este tipo de produto vem pra suprir esta demanda.	
16.	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais	Baixa	48	24 relatórios anuais	Realizar ações diretas de relacionamento (como interações personalizadas, parcerias e campanhas colaborativas, as chamadas collabs) é vital para consolidar vínculos com influenciadores digitais relevantes. Essas iniciativas promovem a construção de confiança, o alinhamento de discursos e a ampliação orgânica do alcance institucional, potencializando o impacto da comunicação estratégica. E, claro, as interações servem como pontes para os perfis institucionais e de termômetro para feedbacks mensuráveis.	Diminuído o quantitativo
		Média	24	12 relatórios anuais		Diminuído o quantitativo
		Alta	12	12 relatórios anuais		Mantido o quantitativo.

7.8.4 Vale ressaltar que os quantitativos e a composição dos produtos do atual contrato não atendem plenamente às necessidades da Assessoria, sendo que, em alguns itens a quantidade era insuficiente para realizar um projeto continuado. Não obstante, considerando, ainda, a perspectiva natural do aumento da demanda estima-se a necessidade do aumento dos quantitativos de alguns itens para a pretensa contratação, conforme planilha (SEI: 50666348).

7.8.5 Para a pretensa contratação foram incluídos 10 (dez) **novos produtos e serviços**, em razão da necessidade desses serviços de comunicação na Assessoria Especial de Comunicação Social, do MF, conforme o quadro demonstrativo:

ITEM	DESCRIÇÃO	COMPLEXIDADE	QT. ATUAL	QT. ESTIMADA MF	JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO DO ITEM	JUSTIFICATIVA DA ESTIMATIVA
		Baixa	-	60 texto traduzido anuais	O Ministério da Fazenda participa de diversos fóruns internacionais com a participação do ministro e dos secretários e outros representantes em	
		Média	-	36 texto traduzido anuais		

1.	Tradução de texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro	Alta	-	12 texto traduzido anuais	reuniões com a presença de delegações estrangeiras. Isso requer a tradução de textos jornalísticos ou institucionais para idioma estrangeiro para distribuição junto a imprensa estrangeira e ao público que acompanha as pautas da Pasta no âmbito internacional	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
2.	Elaboração de Texto em Língua Estrangeira	Baixa	-	120 texto anuais	O Ministério da Fazenda participa de diversos fóruns internacionais com a participação do ministro e dos secretários e outros representantes em reuniões com a presença de delegações estrangeiras. Isso requer a elaboração de textos jornalísticos e outros conteúdos institucionais para idioma estrangeiro para distribuição junto a imprensa estrangeira e ao público que acompanha as pautas da Pasta no âmbito internacional.	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
		Média	-	96 texto anuais			
		Alta	-	48 texto anuais			
3.	Edição e Revisão de Texto de Língua Estrangeira	Baixa	-	120 texto anuais	O Ministério da Fazenda participa de diversos fóruns internacionais com a participação do ministro e dos secretários e outros representantes em reuniões com a presença de delegações estrangeiras. Isso requer a edição e revisão de textos jornalísticos e outros conteúdos institucionais em i idioma estrangeiro para adequação às regras gramaticais e correção ortográfica. É necessário que este	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
		Média	-	96 texto anuais			
		Alta	-	48 texto anuais			

					material seja editado e revisado antes de ser distribuído à imprensa estrangeira e ao público que acompanha as pautas da Pasta no âmbito internacional.		
4.	Publicação de conteúdo jornalístico e /ou institucional	Baixa	-	12 relatórios anuais	O Ministério da Fazenda produz um volume relevante de informações, textos, arquivos o que requer postagem e atualização diária dessas informações no Portal Institucional da Pasta na internet .	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
		Média	-	12 relatórios anuais			
		Alta	-	12 relatórios anuais			
5.	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas	Baixa	-	12 peças ou publicação diagramada anuais	A produção de relatórios, boletins, documentos de divulgação de dados e temas de interesse do Ministério requer a diagramação do material conforme estabelecido no projeto editorial contendo o planejamento das diretrizes e definição das características do produto, como a adequação a temática proposta e ao padrão de identidade visual do Governo Federal.	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
		Média	-	12 peças ou publicação diagramada anuais			
		Alta	-	12 peças ou publicação diagramada anuais			
6.	Peças de Design Gráfico	Baixa	-	60 peças anual	A divulgação de temas de interesse do Ministério da Fazenda requer a produção de peças de design gráfico para utilização no site e nas redes sociais da Pasta. As peças de design gráfico ajudam a esclarecer, complementar e traduzir conteúdos por vezes mais áridos acerca de temas que estão sob responsabilidade do Ministério da Fazenda.	Estimativas consideradas suficientes para atendimento da área usuária do produto/serviço.	
		Média	-	120 peças anual			
		Alta	-	180 peças anual			
7.	Treinamento e Capacitação em Comunicação Institucional						
	Planejamento e Execução de	Baixa	-	10 relatórios anuais	Necessário para treinamento das	Estimativas consideradas suficientes em razão da amplitude	
			2 relatórios				

	Media Training	Média	-	anuais	autoridades superiores porta vozes do MF.	das Secretarias do MF. Este produto foi excluído/suprimido pela PGFN no contrato atual da CDN.
		Alta	-	1 relatórios anuais		
8.	Media Training em Situações de Crise	Baixa	-	10 relatórios anuais	O relacionamento com a imprensa pode ser dificultado em situações de crise, o que a depender das respostas e dos pronunciamentos podem agravar crises e torná-las fatais. Para tanto, faz-se necessário treinar as autoridades do órgão de maneira específica a depender da crise, auxiliando na estratégia e instruindo as autoridades treinadas a se comunicar de maneira a evitar o agravamento das crises e ainda a amenizá-las.	Estimativas consideradas suficientes em razão da amplitude das Secretarias do MF. Este produto foi excluído pela PGFN no contrato atual da CDN.
		Média	-	2 relatórios anuais		
		Alta	-	1 relatórios anuais		
Prevenção e Gerenciamento de Crise						
9.	Gerenciamento de Crise Regional	Baixa	-	6 relatórios anuais	As crises costumam impactar as políticas públicas e as autoridades do órgão de maneira desastrosa. Quando ocorre a crise, medidas extraordinárias precisam ser tomadas para amenizá-las e não as tornar fatais. Por isso, se faz necessária a previsão de serviços que somente serão demandados em caso de crise iniciada.	Estimativas consideradas suficientes, em razão da amplitude das secretarias do MF. Este produto foi excluído pela PGFN do contrato atual como PGFN.
		Média	-	4 relatórios anuais		
		Alta	-	2 relatórios anuais		
10.	Gerenciamento de Crise Nacional	Baixa	-	8 relatórios anuais	As crises costumam impactar as políticas públicas e as autoridades do órgão de maneira desastrosa. Quando ocorre a crise, medidas extraordinárias precisam ser tomadas para amenizá-las e não as tornar fatais. Por isso, se faz necessária a previsão de serviços que somente serão demandados em caso de crise iniciada.	Estimativas de quantitativos consideradas suficientes, em razão da amplitude do número de secretarias do MF.
		Média	-	6 relatórios anuais		
		Alta	-	4 relatórios anuais		

7.8.6 Para fins de pesquisa de mercado com fornecedores foram enviados e-mails a fornecedores que atuam no ramo de comunicação institucional, com o objetivo de se obter propostas de preços de fornecedores especializados em comunicação institucional/corporativa, conforme (SEI: 50634513).

7.8.7 Das 15 (quinze) empresas consultadas para a apresentação de propostas de preços, se obteve êxito na resposta de 5 (cinco) fornecedores, conforme disposto na planilha (SEI:51232014).

7.8.9 Assim, para fins da composição do mapa comparativo de pesquisa de preços foram considerados somente 2 (dois) contratos, modalidade Concorrência, no tipo de julgamento "**Técnica e Preço**" e 5 (cinco) propostas de fornecedores, conforme planilha (SEI: 51420248).

7.8.10 Esclarece-se, ainda, que não foi possível estabelecer uma comparação direta entre todos os preços dos produtos similares previstos na nova contratação do Ministério da Fazenda e aqueles praticados pelo Ministério dos Transportes e pelo Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, em razão das diferenças entre os catálogos de serviços e produtos adotados por cada órgão.

8. Descrição da solução como um todo

8. Descrição da solução como um todo

ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS

1. Estratégia de Comunicação

1.1. Mapa de Influenciadores

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião (como as lideranças locais) que influenciam as percepções do cidadão por meio da divulgação de informações sobre o Ministério da Fazenda e suas temáticas.

Entregas: Relatório contendo planilha com a relação dos formadores de opinião, com nome do influenciador, seu perfil, histórico profissional, síntese de seu posicionamento e os assuntos sensíveis aos quais está relacionado, canais e veículos de comunicação (*on-line* e *off-line*) que atua podendo ser de sua autoria ou de terceiros, com as respectivas estatísticas de audiência e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos influenciadores em relação ao Ministério da Fazenda e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de influenciadores mapeados.
- Prazo de entrega.

* *Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, pois há influenciadores que atuam no Ministério - comitê de imprensa e grupos de jornalistas setoristas.*

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 300 influenciadores. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis.
Baixa – Nacional	Até 100 influenciadores. Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis.
Média – Regional	De 301 a 600 influenciadores. Prazo de entrega: Até 15 (quinze) dias úteis.
Média – Nacional	De 101 a 200 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 (vinte) dias úteis.

2. Assessoria de Imprensa

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 notas, artigos, respostas e posicionamentos voltados ao atendimento de demandas de imprensa.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* e registro do atendimento a partir do contato realizado;
- Acompanhar as entrevistas e eventos com potencial presença da imprensa dos quais representantes e porta-vozes da contratante participem, em ambiente interno ou externo à instituição, em ambiente presencial ou virtual;
- Promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas, solicitando eventuais correções e promovendo as ações e a imagem institucional da contratante junto aos veículos de imprensa.

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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do CONTRATANTE.
- Amplitude e qualidade das informações repassadas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas.

	Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

** Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, pois há alto volume de apuração de conteúdos com os gestores, diariamente, além de reuniões e eventos que devem contribuir com o atendimento das demandas.*

2.2. Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva, Briefing e seminários com porta-vozes no âmbito do Ministério da Fazenda 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, bem como de documentos de apoio.
- 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.

Entregas: Relatórios.

- Briefing, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva e documentos de apoio.
- Mailing dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de jornalistas convidados.
- Prazo para realização.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados, com antecedência de até 1 dia.
Média	de 21 até 40 jornalistas convidados, com antecedência de até 2 dias.
Alta	De 41 até 80 jornalistas convidados, com antecedência de até 3 dias.

Prazo de entrega: Até 7 (sete) dias.

** Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, pois o Contratante mantém espaços específicos para a realização de entrevistas coletivas ou em ambiente digital.*

2.3. Entrevista Coletiva em Ambiente Digital

Descritivo: A atividade compreende as seguintes ações:

- Organização e realização de entrevista coletiva em ambiente digital e transmissões com streaming ao vivo, com levantamento de influenciadores digitais a serem convidados.
- Definição de moderador.
- Preparação técnica e operacional para realização.

- Coletânea de perguntas.
- Análise de dados coletados e repercussão da divulgação.

Entregas: Relatório com o resumo do evento, número de acessos e resultados alcançados. As gravações das coletivas em ambiente digital serão entregues em alta resolução, armazenadas em serviços como drive compartilhado, streaming privado ou outras mídias digitais modernas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação dos influenciadores digitais indicados em relação ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 (três) dias úteis.

3. Produção de Conteúdos

3.1. Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Elaboração 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.
- Qualidade dos textos quanto à ortografia, à adequação, às normas gramaticais e documentos oficiais da língua portuguesa e à legislação.
- Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 3 fontes.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 2,5 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 4 fontes.</p> <p>Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 2,5 a 4,5 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 (dois) dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.</p> <p>Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>Acima de 4,5 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis.</p>

* *Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, para favorecer a apuração com fontes de informação interna.*

3.2. Edição de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Edição e revisão de textos elaborados ou originários de fontes oficiais.

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica, de adequação às normas gramaticais e de documentos oficiais da língua portuguesa, bem como da legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil.

3.3. Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

Entregas: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial das fotografias.
- Alinhamento das temáticas com o *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

--

Baixa	Produção com duração de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.
Média	Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas. Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.
Alta	Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas. Prazo de entrega: Até 4 horas após a produção.

* *Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, pois a maioria dos eventos e acontecimentos ocorrem nos prédios da Contratante, além de dar celeridade à entrega do material.*

3.4. Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)

Descritivo: Videoreportagem elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo CONTRATANTE, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação.
- Equipe utilizada na produção.
- Serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

--	--

Baixa	<p>1 dia de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 2 (dois) dias úteis após a captação.</p>
Média	<p>Até 2 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis após encerrada a captação.</p>
Alta	<p>De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis após encerrada a captação.</p>

3.5. Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo Ministério da Fazenda. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo Ministério da Fazenda, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação e produção.

- Quantidade de depoimentos.
- Equipe utilizada na produção e serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>1 dia de captação e produção. Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente. Pós produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis após a captação.</p>
Média	<p>Até 2 dias de captação e produção. Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis após a captação.</p>
Alta	<p>De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 (quinze) dias úteis após encerrada a captação.</p>

3.6. Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do áudio em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Baixa	Até 3 minutos.
Média	Mais de 3 e até 5 minutos.
Alta	Mais de 5 e até 10 minutos.

Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a produção.

3.7. Projeto Editorial

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.

Entregas: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do Governo Federal.
- Aplicabilidade.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo: até 20 (vinte) dias úteis

** Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, por necessitar, para sua elaboração, de diversos subsídios do Contratante e diversas reuniões de briefing.*

3.8. Conteúdo e Design para Apresentação

Descritivo: Elaboração de conteúdo para apresentação em reunião, seminário, evento, audiência etc., com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo CONTRATANTE.

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do CONTRATANTE, a exemplo da acessibilidade.
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidades de laudas elaboradas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte. Sem necessidade de consultas externas. Até 10 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 2 (dois) dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 11 a 50 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 3 (três) dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes. Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais</p>

<p>de referência escritos em outras línguas. Acima de 50 laudas produzidas. Prazo de entrega: até 7 (sete) dias úteis.</p>

3.9. Banco de Mídias

Descritivo: Criação, gerenciamento e armazenamento, por meio de sistema *on-line*, da produção de vídeos, fotografias e áudios, que incluem as seguintes atividades:

- Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;
- Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao *software* com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- Disponibilização de *storage* em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- Disponibilização de *download* e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;
- Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, ao CONTRATANTE.

Entregas: Banco de Mídias propriamente dito e relatório mensal, em arquivo texto, contendo toda a movimentação (inclusões, exclusões, consultas, *downloads*).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Não se aplica.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

Baixa	<p>Inserção e guarda de até 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição /mês; 10 minutos de peças em áudios prontos/mês; 180 imagens de foto/mês.</p> <p>Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.</p>
Média	<p>Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontos/mês; 600 imagens de foto/mês.</p> <p>Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.</p>

Alta	<p>Inserção e guarda de até 30 horas de vídeo bruto/mês; 1 hora de peças em vídeo prontas/mês; 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.</p> <p>Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.</p>
-------------	--

Prazo de entrega: Mensal

3.10. Tradução de texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro

Descritivo: Tradução de textos elaborados ou originários de fontes oficiais para idiomas estrangeiros em inglês, francês e espanhol.

Entregas: Texto traduzido.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante;
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Contratante;
- Observância das normas de correção ortográfica, de adequação às normas gramaticais e de documentos oficiais da língua portuguesa, bem como da legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	<p>Até 10 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: 2 (dois) dias úteis.</p>
Média	<p>De 11 a 30 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: 6 (seis) dias úteis.</p>
Alta	<p>De 31 a 50 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: 15 (quinze) dias úteis.</p>

3.11. Elaboração de Texto em Língua Estrangeira

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais em idiomas estrangeiros inglês, francês e espanhol, direcionados ao público 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, discursos de porta-vozes, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Os textos deverão ser elaborados e revisados por tradutores “native speakers” ou com comprovada proficiência em cada idioma.

Texto original, cujo formato será definido pela contratante, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas de fontes diversas, como - 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 - relacionado a temas afetos à promoção do Ministério da Fazenda. Sua utilização fica a critério da contratada.

Entregável: Arquivo, em formato texto, produzido com indicação das fontes consultadas e no idioma estabelecido em briefing.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de fontes utilizadas na apuração do conteúdo, quantidades de laudas elaboradas.

- Tipo de texto e conteúdo;
- Quantidade de fontes;
- Tipo de apuração;
- Quantidade de laudas.

Complexidade:

Baixa	<p>Descritivo: Texto original com conteúdo factual, formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas. Até 1 (uma) lauda produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: 1 (um) dia útil.</p>
Média	<p>Descritivo: Texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes, bem como podendo ser utilizada pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. Até 2 (duas) laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.</p>

Alta	<p>Descritivo: Texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes com as seguintes recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a quatro; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. De 3 (três) a 5 (cinco) laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: até 4 (quatro) dias úteis.</p>
-------------	--

3.12. Edição e Revisão de Texto de Língua Estrangeira

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto em idiomas estrangeiros em inglês, francês e espanhol, respeitando as normas gramaticais do idioma do texto.

Entrega: Arquivo, em formato texto, com texto revisado, editado e formatado.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de laudas editadas.

Complexidade:

Baixa	<p>Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. Até 1 (uma) lauda.</p> <p>Prazo de entrega: 1 (um) dia útil.</p>
Média	<p>Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. Até 2 (duas) laudas.</p> <p>Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.</p>
Alta	<p>Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. De 3 (três) a 5 (cinco) laudas.</p> <p>Prazo de entrega: até 4 (quatro) dias úteis.</p>

3.13. Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional

Descritivo: Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional do Ministério da Fazenda.

Entregas: Relatório mensal com as publicações realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- cumprimento de prazos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	Até 100 conteúdos publicados Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.
Média	De 101 a 250 conteúdos publicados Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.
Alta	De 251 a 350 conteúdos publicados Prazo de entrega: Até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente.

3.14. Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

Descritivo: Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, em projeto gráfico (leiaute) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregas: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico;
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias.
Média	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 (vinte) dias.

Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 (trinta) dias.
-------------	---

3.15. Peças de Design Gráfico

Descritivo: Produção de design em peças gráficas com conteúdo jornalístico e/ou institucional, adequadas a cada plataforma em que será divulgado o conteúdo.

Entregas: Peças produzidas e diagramadas, em arquivo digital, em alta resolução.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de peças;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 1 e máximo 5 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas, entre outros.) Prazo de entrega: Até 2 (dois) dias
Média	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 6 e máximo 10 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias.
Alta	Pacote de produtos que envolve no mínimo 11 e no máximo 15 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 7 (sete) dias.

4. Ação de Relações Públicas Digital

4.1. Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais

Descritivo: Planejamento para definição de linha editorial e posicionamento estratégico, com calendário das ações a serem implementadas em cada ambiente digital.

Entregas: Relatório.

- Documento contendo avaliação de perfil do público-alvo nos ambientes digitais.
- Conjunto de normas com a descrição do objetivo, tipo de conteúdo, público-alvo, linguagem e periodicidade a ser utilizada em cada ambiente e calendário de ações, com frequência de entregas e apresentação de produtos de comunicação digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Planejamento para períodos inferiores a 3 meses. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis.
Média	Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis.
Alta	Planejamento para períodos de mais de 6 meses a 12 meses. Prazo de entrega: Até 30 (trinta) dias úteis.

4.2. Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais

Descritivo: Produção e publicação de textos, posts para ambientes digitais tais como redes sociais, blogs, sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com listagem e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE;
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE;
- Observância das normas ortográficas e da legislação;
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal;
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 a 100 conteúdos.
Média	Produção de 101 a 500 conteúdos.
Alta	Produção de de 501 a 1.000 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal.

** Este serviço poderá ser executado nas dependências do Contratante, excepcionalmente, por envolver senhas de acesso à sistemas.*

4.3. Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais

Descritivo: Gerenciar perfis nas redes sociais, incluindo conteúdo e analisando os itens que necessitem de algum tipo de ação específica, tais como: planejamento de conteúdo, estratégia, resposta, monitoramento, exclusão, etc. A moderação deve ser feita de forma permanente (24 horas, 7 dias por semana), com postagens, leitura e classificação (neutro, positiva e negativa) de todas as interações, além da articulação com outros interlocutores para construção de respostas. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem a necessidade de projetos ou documentos mais elaborados.

Entregas: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade na interação e moderação.
- Qualidade das interações.
- Índice de falhas ou erros.

- Dimensionamento de desempenho, considerado o volume de atuação mês a mês.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa	Moderação de até 100 mil comentários mês.
Média	Moderação de 101 mil comentários até 500 mil comentários mês.
Alta	Moderação de 501 mil comentários até 1 milhão de comentários mês.

Prazo de entrega: Mensal.

5. Treinamento e Capacitação em Comunicação Institucional

5.1. Planejamento e Execução de *Media Training*

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo, atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas ao Governo Federal.

Entregas: Planejamento e estruturação e realização de *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs (ou outras mídias) com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Desempenho dos instrutores;
- Relevância das informações repassadas;
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE;
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais);
- Carga horária do treinamento.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 5 porta-vozes para os meios TV e Impressos. Carga horária: de até 4 horas.
Média	Treinamento de até 10 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária: de até 8 horas.
Alta	Treinamento de 10 até 20 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária: de até 16 horas.

Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias após o treinamento.

5.2. *Media Training* em Situações de Crise

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

Entregas: Planejamento e estruturação e realização de *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs (ou outras mídias) com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas;

- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise;
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes;
- Tipo do treinamento (entrevista coletiva, entrevista exclusiva, quebra-queixo, debate, oitiva, entre outros) com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais:

Mídias *on-line*/sociais).

- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Treinamento de até 5 porta-voz.</p> <p>Meios de comunicação: TV e Impressos.</p> <p>Carga horária mínima de até 4 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias após o treinamento.</p>
Média	<p>Treinamento de até 10 porta-vozes.</p> <p>Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos.</p> <p>Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias após o treinamento.</p>
Alta	<p>Treinamento mais de 10 até 20 porta-vozes.</p> <p>Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.</p> <p>Carga horária mínima de 8 horas e máxima de 16 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 (quinze) dias após o treinamento.</p>

6. Prevenção e Gerenciamento de Crise

6.1. Gerenciamento de Crise Regional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e sites do Ministério da Fazenda, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Ministério da Fazenda sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 (dez) dias após a crise.
Média	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 (quinze) dias após a crise.
Alta	Crise de 21 até 50 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 (vinte) dias após a crise.

6.2. Gerenciamento de Crise Nacional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo sobre o tema para abastecer a mídia e sites do Ministério da Fazenda, o acompanhamento de entrevistas e organização de encontros com a imprensa com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Ministério

da Fazenda sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 (dez) dias após a crise.
Média	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 (quinze) dias após a crise.
Alta	Crise de 21 até 50 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 (vinte) dias após a crise.

8.1 CATÁLOGO DE FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

8.1.1 Após a fase de Levantamento de Mercado realizada, a unidade técnica estabeleceu, por força do Art. 14 da IN nº1/2023 SECOM/PR, o catálogo de ferramentas de comunicação (produtos e serviços), dispostos no Anexo I do Termo de Referência, baseado no objeto de Comunicação Institucional, que deverá ser disponibilizado para utilização da Assessoria Especial de Comunicação Social - MF.

8.1.2 É preciso esclarecer que o objeto a ser contratado para a prestação de serviços de Comunicação Institucional, por meio desta licitação, é necessário à Assessoria de Comunicação Social do MF para apoiá-la no cumprimento de seu papel institucional de planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, bem como no de planejar e executar as ações de comunicação necessárias para a divulgação de políticas públicas vinculadas ao Ministério;

8.1.3 O catálogos de serviços e produtos tem como objetivo apenas estabelecer unidade de medida que viabilize a mensuração dos resultados e subsidie o pagamento à contratada, sem prejuízo do entendimento de interdependência dos itens e sua utilização em conjunto sob determinada estratégia.

8.1.4 A empresa especializada a ser contratada fará o manejo dessas ferramentas de comunicação disponibilizadas no seu respectivo catálogo conforme a necessidade do contratante no decorrer da execução contratual. A seleção e desenvolvimento das ferramentas de comunicação desse catálogo, sua utilização e análise de resultados, fazem parte de um todo que caracteriza o objeto contratual para a solução pretendida.

8.1.5 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços discriminados no catálogo, por meio de Ordem de Serviço (OS) formalmente estabelecida e devidamente aprovada pelo gestor do contrato, de modo a apoiar o órgão na superação dos desafios e alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos.

8.1.6 Tal catálogo abrangerá:

Produtos e Serviços: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução;

8.1.7 Os Produtos e Serviços estão agrupados de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias :

1. Estratégia de Comunicação;
2. Assessoria de Imprensa;
3. Produção de Conteúdos;
4. Ação de Relações Públicas Digital;
5. Treinamento e Capacitação em Comunicação Institucional;
6. Prevenção e Gerenciamento de Crise

8.1.8 Estes serão especificados em Termo de Referência, conforme referência proposta pela SECOM/PR, sendo compostos das seguintes informações:

1. Título;
2. Descritivo;
3. Entregas;
4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
5. Características consideradas na classificação da complexidade;
6. Complexidade; e
7. Prazo de entrega.

8.1.9 As especificações dos Produtos e Serviços, bem como seus quantitativos, poderão ser aperfeiçoadas pelo contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer da execução contratual. Desde que sejam respeitados o princípio da razoabilidade e o valor global do contrato.

8.1.10 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo contratante.

8.2 DESLOCAMENTOS

8.2.1 No interesse do contratante poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço. Nessa hipótese, a contratada proverá os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados pela contratante, sendo reembolsada mediante prestação de contas.

8.2.2 Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto em Solicitação de Viagem formalmente estabelecida e devidamente aprovada pelo gestor do contrato. Os mecanismos para pagamentos de diárias e compra de passagens deverão seguir os mesmos padrões estabelecidos para a administração federal direta, autárquica e fundacional e serão pormenorizados no Termo de Referência.

9. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

9. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

9.1 A quantidade anual prevista foi baseada na execução contratual de 2 (dois) anos anteriores para serviços iguais ou semelhantes no âmbito do Ministério da Fazenda, no aumento esperado pela evolução natural das ferramentas de comunicação, bem como, no planejamento de execução dos novos serviços almejados. Além disso, levou em consideração a gestão que está atuando no Ministério da Fazenda desde o ano de 2023, conforme planilha, **apêndice I**.

9.2 Cabe salientar que os quantitativos por aqui estabelecidos serão uma projeção meramente estimativa, tendo em vista a imprevisibilidade natural das demandas de comunicação social, a figuração do órgão na mídia e o caráter dinâmico, plural e inovativo das ferramentas de comunicação.

9.3 Os produtos e serviços elencados serão executados sob demanda, na medida da necessidade e conveniência do órgão.

9.4 O quantitativo estimado é limitante e não acumulativo. Sem o estabelecimento de quantitativo mínimo de uso, a estimativa atuará como limite para utilização a cada vigência contratual de 12 (doze) meses. O saldo de um ano não pode ser acumulado ou antecipado de um ciclo contratual para outro, respeitando ainda as dotações orçamentárias de cada ano fiscal.

9.5 Como base histórica foi considerada a contratação firmada em 2020, Contrato de Comunicação nº 60/2020, firmado à época para o atendimento das necessidades do extinto Ministério da Economia, que atende atualmente o MF, conforme a planilha (SEI: 50666348). Considerando que o Ministério da Fazenda foi criado em 2023, a equipe de planejamento baseou a estimativa dos quantitativos na execução dos anos de 2023 e 2024.

9.5.1 O estudo do quantitativo do contrato baseou-se na planilha apêndice I, onde apenas alguns dos produtos do atual contrato estão no catálogo de Comunicação Institucional.

9.5.2 Cabe ressaltar que atualmente a composição dos produtos do atual contratos não atendem plenamente às necessidades da Assessoria, sendo que, em alguns itens a quantidade era insuficiente para realizar um projeto continuado. Não obstante, considerando ainda a perspectiva natural do aumento da demanda estimou-se a necessidade de aumento ou diminuição dos quantitativos de alguns produtos e serviços (sei: 50666348).

9.6 Partindo desses levantamentos e contribuições a equipe de planejamento propôs quantitativos que entendem adequados, levando-se em conta também o olhar técnico da gestão da unidade, a estratégia de comunicação adotada nesse momento pelo Ministério, além da necessidade de ajustes e projeções futuras.

10. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

10. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

10.1 Será contratado os serviços de Comunicação Institucional, conforme descrito na IN nº1/2023 da SECOM/PR, necessários à assessoria de comunicação social do órgão para cumprir seu papel de transparência, prestação de contas e informação à sociedade.

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

10.2 O objeto não pode ser subdividido uma vez que representa a solução interdependente de ferramentas que compreende a prospecção, o planejamento, a implementação, a manutenção e o monitoramento comunicação com o objetivo de atender as demandas da unidade técnica e subsidiar a tomadas de decisão do Ministério da Fazenda.

10.3 O serviço detém natureza intelectual, intangível e indivisível, com alta demanda de criatividade e experiência. A prestadora do serviço utilizará uma composição de produtos/serviços em diferentes mídias para a divulgação de uma informação, programa ou serviço desenvolvido pela Pasta. Cada situação/demanda irá requerer do prestador de serviço habilidade para gerenciar um conjunto de ferramentas de comunicação, sinergicamente arranjados, para atendimento da demanda.

10.6 Portanto o objeto em questão é indivisível, uma vez que cada serviço/produto elencado para uma ação deverá estar em harmonia e interdependência com os demais para o alcance da solução de comunicação pretendida. Assim, **não há parcelamento da solução**.

11. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

11. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

11.1 A presente contratação não requer outras contratações interdependentes ou adequações.

12. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

12. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

12.1 A comunicação do Poder Executivo Federal baseia-se no princípio constitucional da Publicidade que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, transmitindo informações aos beneficiários de sua atividade.

12.2 O princípio da publicidade vai além da simples divulgação das informações referentes ao serviço público, esta deve ser disponibilizada de forma clara, inteligível e acessível a todos, visto que é através das informações que a cidadania e o controle social podem ser exercido.

12.3 No âmbito do Ministério da Fazenda, a Assessoria Especial de Comunicação Social, em consonância com as diretrizes da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM), tem o papel de estabelecer estratégias e implementar ações para divulgar as políticas e ações do órgão para consolidar a correta imagem do Ministério da Fazenda perante seus públicos-alvo, organizações da sociedade civil e mídia.

12.4 O serviço que se pretende contratar foi previsto no Plano de Contratações Anual – PCA, do Ministério da Fazenda, exercício 2025, por meio do Documento de Formalização a Demanda - DFD sob o nº 36/2024 (SEI: 49237293).

12.5 *O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025 (SEI: 51017186), conforme detalhamento a seguir:*

. ID PCA no PNCP: 00394460000141-0-000056/2025

I. Data de publicação no PNCP: 20/05/2024

II. Id do item no PCA: 2

III. Classe/Grupo: 831 – Serviço de Consultoria e de Gerência/Gestão

IV. Identificador da Futura Contratação: 170626-8/2025

13. Benefícios a serem alcançados com a contratação

13. Benefícios a serem alcançados com a contratação

13.1 Ante as necessidades citadas, cabe informar que hoje o Ministério da Fazenda não possui em seu quadro de pessoal servidores com perfil adequado para atuar em comunicação social, jornalismo e relações públicas, suficientes à viabilização de suas atividades.

13.2 O fortalecimento da capacidade do órgão de promover a divulgação de informações relevantes e de interesse público, relacionadas à atuação da pasta, de forma clara, a partir dos canais e ferramentas mais adequados, objetiva a garantia da qualidade e do alcance destas informações.

13.3 Tal melhoria impacta diretamente no cumprimento dos princípios constitucionais de Eficiência e Publicidade, bem como, da Lei de Acesso à Informação, Lei nº 12.527 de 18 de novembro de 2011, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

13.4 Através da comunicação social, a população pode tomar ciência do emprego dos recursos públicos, políticas públicas, planejamento estratégico governamental, transparência e responsabilidade fiscal.

13.5 A comunicação social tem o compromisso de promover uma gestão aberta, qualificando canais, meios e recursos que permitam a viabilização diálogo com o público para o envolvimento de toda a sociedade ao abrir espaço para sua atuação como um ator de transformação dentro de uma postura crítica e responsável.

13.6 Portanto, a comunicação social que se pretende fortalecer com a presente contratação, objetiva ser consciente, rápida e adaptada às necessidades da sociedade ao promover a entrega de informações de interesse coletivo.

14. Providências a serem Adotadas

14. Providências a serem Adotadas

14.1 A contratação pretendida não requer adequação física e tecnológica, uma vez que parte dos serviços não serão prestados nas dependências do órgão, e os recursos necessários à execução nas dependências do órgão serão fornecidos pela contratada.

14.2 O órgão disponibilizará tão somente, mobiliário e espaço físico para a atuação dos profissionais da empresa contratada.

14.3 Curso prévio de capacitação/preparação na área de fiscalização e gestão de contratos, principalmente na área de comunicação institucional, para os servidores que atuarão como fiscais e gestores do futuro contrato.

15. Possíveis Impactos Ambientais

16. Possíveis Impactos Ambientais

16.1 Não se vislumbram impactos ambientais decorrentes da contratação. Destaca-se, contudo, os critérios mencionados no tópico DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO deste Estudo Técnico Preliminar, com relação aos critérios de acessibilidade e sustentabilidade.

16.2 Sendo assim, a empresa contratada deverá contribuir para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/93 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI /MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

16. Declaração de Viabilidade

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

16.1. Justificativa da Viabilidade

Concluindo a análise sobre os produtos e serviços auxiliares, acessórios e instrumentais de comunicação descritos neste processo, entende-se que estes são essenciais e estratégicos para a divulgação das ações do Ministério da Fazenda, uma vez que, viabilizarão as ações de comunicação social que divulgarão informações de utilidade pública, programas, projetos e políticas públicas de interesse da sociedade. Tais produto e serviços, do ponto de vista técnico, darão suporte às atividades da equipe de inteligência de comunicação da Assessoria Especial de Comunicação Social para o atendimento das demandas de comunicação social e assessoramento de imprensa às autoridades do Ministério. Do ponto de vista estratégico, a disponibilização desses serviços viabilizar ações de comunicação estrategicamente estruturadas e moldadas a cada público alvo disposto. Ainda, este formato de aquisições atende ao normativo vigente para produtos e serviços dessa natureza no âmbito do Poder Executivo Federal. Diante de todo o exposto, a equipe de planejamento da contratação considera viável e necessária a contratação dos serviços pretendidos.

17. 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](#).

PATRICIA SILVA DE MELO

Integrante Administrativo



Assinou eletronicamente em 19/06/2025 às 07:25:19.

ANA FLAVIA DE ALMEIDA GUSSEN

Integrante Requisitante



Assinou eletronicamente em 23/06/2025 às 16:43:17.

CLEIA LIMA MARTINS

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 23/06/2025 às 12:19:46.

LIGIA BORGES PEREIRA

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 24/06/2025 às 09:56:12.

MARCELO DA SILVA BAPTISTA

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 17/06/2025 às 18:19:29.