

**MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES****DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA****PREVISÃO LEGAL**

Instrução Normativa nº 5, de 26 de maio de 2017, emitida pela Secretaria de Gestão do Ministério da Economia.

Art. 21. Os procedimentos iniciais do Planejamento da Contratação consistem nas seguintes atividades:

I - elaboração do documento para formalização da demanda pelo setor requisitante do serviço, conforme modelo do Anexo II

Instrução Normativa nº 40, de 22 de maio de 2020, emitida pela Secretaria de Gestão do Ministério da Economia.

Art. 7º Com base no documento de formalização da demanda, as seguintes informações deverão ser produzidas e registradas no Sistema ETP digital(...)

IDENTIFICAÇÃO DA ÁREA REQUISITANTE DA DEMANDA

Setor Requisitante (Unidade/Setor/Depto): Secretaria de Publicidade e Patrocínio/Departamento de Publicidade e Pesquisa/Coordenação-Geral de Pesquisa

Responsável pela Demanda: José Ricardo de Freitas Martins da Veiga

Matrícula/SIAPE: 3318312

E-mail: jose.veiga@mcom.gov.br

Telefone: (61) 2027-6767

IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA

Contratação de empresa, instituto ou entidade especializada na prestação de serviços de pesquisa de opinião pública.

Justificativa da necessidade da contratação, considerando o Planejamento Estratégico

A Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM, através da Secretaria de Publicidade e Patrocínio, conforme Decreto 10.747, de 13 de julho de 2021, é o órgão competente para formular políticas, linhas de atuação e instrumentos normativos, relacionados à publicidade, à pesquisa e ao patrocínio dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM.

Esse sistema deve monitorar as demandas da sociedade e a avaliação que a sociedade faz da oferta de políticas e serviços públicos. A realização de pesquisas de opinião pública é a forma mais representativa e usual para que os governos respondam às expectativas dos cidadãos, dessa forma, a presente demanda visa fornecer subsídios para a execução das ações previstas no Plano Anual de Comunicação/2021.

No período em que a SECOM esteve vinculada à Presidência da República, o órgão executou contratos firmados com empresas especializadas em pesquisas, nas metodologias quantitativa e qualitativa, contratadas por meio de concorrência do tipo melhor técnica, com vigência entre os anos de 2013 e 2018 (processos 00170.001892/2012-56, 00170.001893/2012-09 e 00170.001894/2012-45). Com o início da nova gestão, em 2019, verifica-se que dessa mudança na gestão federal, ocorreu um vácuo na geração de conteúdo nessa área, reforçado pela alteração mais recente, que foi a migração da SECOM para o Ministério das Comunicações.

Atualmente, conforme descrito no Art. 24 do referido Decreto, no que se refere à pesquisa, cabe ao Departamento de Publicidade e Pesquisa da SECOM:

IX - orientar a aplicação de pesquisas de opinião pública para subsidiar o desempenho das atribuições da Secretaria Especial;

X - coordenar a avaliação da percepção da sociedade sobre políticas públicas, programas e ações do Governo, e os resultados de pesquisas externas de interesse do Poder Executivo federal.

Para tanto, a prestação de serviços de pesquisas de opinião pública é fundamental para a realização das atividades essenciais da SECOM, e por conseguinte dos órgãos da administração direta, integrantes do SICOM, uma vez que o cenário nacional e a opinião da população estão em constante transformação, sendo esses os principais objetos de estudo dos levantamentos. Esse tipo de sondagem, realizado metodologicamente, através de

abordagem qualitativa e quantitativa são primordiais para manter o funcionamento das atividades desta Secretaria, com vistas a aprimorar a governança, a integridade, a gestão estratégica e a gestão da informação.

Observando-se as contratações anteriores, depreende-se que essas podem servir como modelo para uma nova licitação, sendo necessário, contudo, aprimorar os parâmetros de qualidade dos produtos a serem entregues, além de adequar o processo licitatório às recomendações exaradas pelos órgãos de controle desde então.

Objetivo Estratégico:	- Buscar a unicidade na comunicação do Governo Federal - Comunicar as ações do Governo de forma transparente, rápida e acessível - Ampliar o alcance da divulgação das pautas positivas do Governo Federal É importante ressaltar que os objetivos acima identificados estão retratados no Mapa Estratégico 2019-2022 da Secretaria de Governo da Presidência da República, órgão ao qual a SECOM esteve vinculada até o ano de 2020. Como as competências aos quais os mesmos estão atrelados migraram para o Ministério das Comunicações, objetivos similares deverão compor o processo de planejamento estratégico do Ministério.
Objetivo Setorial:	Contribuir para o planejamento de ações de comunicação visando extrair insumos de pesquisas para apoiar no direcionamento das campanhas publicitárias por meio de uma melhor compreensão do público.

Justificativa:

A realização de pesquisas de opinião pública é a forma mais consagrada nos meios acadêmicos de estudo do comportamento da opinião pública, da expressão do interesse e das preferências dos cidadãos sobre temas relevantes da agenda nacional. Constitui-se ainda na forma mais representativa e usual em diferentes democracias para que os governos respondam às expectativas dos cidadãos.

As pesquisas constituem-se importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, além de permitir a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública, também proporcionam a realização de resultados mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

As pesquisas realizadas oferecem ainda um canal adicional de manifestação cidadã, pois dão à população a oportunidade de expressar-se sobre o desempenho do Poder Executivo e sobre suas demandas mais prementes, o que confere uma aplicação alternativa da noção de prestação de contas política (*accountability*), essencial ao funcionamento da democracia.

Dessa forma, no âmbito da metodologia qualitativa, a pesquisa de opinião procura obter compreensão aprofundada sobre as razões do comportamento dos indivíduos, identificando fatores socioculturais que condicionam suas atitudes e elementos definidores das suas opiniões. O universo

da pesquisa qualitativa está ligado ao campo das subjetividades que se expressam na vida cotidiana, no sentido que as pessoas atribuem às suas ações e no posicionamento que estabelecem em relação aos outros, que incluem: indivíduos, grupos e instituições.

Já no âmbito da metodologia quantitativa, a pesquisa de opinião procura estimar parâmetros populacionais a partir da mensuração de variáveis em amostras probabilísticas da população brasileira. O propósito principal é o de identificar padrões generalizáveis de comportamento para todo o universo populacional. Isso permite identificar percepções, posicionamento e avaliação da população sobre as políticas públicas, iniciativas estatais e diversos temas de interesse do Governo Federal.

Ressalte-se que os projetos de pesquisa qualitativa e quantitativa de opinião pública para a SECOM devem ser executados por empresa, instituto ou entidade especializada e experiente.

Assim, diante das necessidades apontadas, faz-se necessário o lançamento de edital para contratação de empresa, instituto ou entidade especializada na prestação de serviços de pesquisa de opinião pública, nas modalidades de pesquisa qualitativa e quantitativa.

Quantidade a ser contratada

Em virtude do interregno sem a realização do serviço de pesquisa de opinião pública pelo Departamento de Pesquisa, com vistas a atender à SECOM e aos demais órgãos da administração direta, integrantes do SICOM, no que concerne ao acompanhamento periódico de projetos de interesse do governo e da sociedade, estima-se serem necessárias as seguintes quantidades de pesquisas para um período de 12 meses:

Pesquisas qualitativas:

-Grupos Focais: 24 projetos de pesquisa, com 08 grupos cada, totalizando 192 grupos.

-Entrevistas em Profundidade: 06 projetos de pesquisa, com 10 entrevistas cada, totalizando 60 entrevistas.

Pesquisas quantitativas:

Pesquisa Face-a-Face: 24 projetos de pesquisa, com 2.002 entrevistas cada, totalizando 48.048 entrevistas + 02 projetos com 15 mil entrevistas cada, totalizando 30.000 entrevistas, com representatividade por Unidade da Federação, perfazendo o total geral de 78.048 entrevistas.

Pesquisa Telefônica (*Computer-Assisted Telephone Interviewing* – CATI): 12 projetos regulares de pesquisa, com 4.800 entrevistas cada (com rodadas semanais de 1.200 entrevistas) totalizando 57.600 entrevistas + 12 projetos de pesquisa *ad hoc* com 1.200 entrevistas cada, totalizando 14.400 entrevistas, perfazendo um total geral de 24 projetos de pesquisa e 72.000 entrevistas.

Salienta-se que, a depender do resultado dos estudos técnicos preliminares a serem realizados pela Equipe de Planejamento, as quantidades e técnicas acima podem ser revistas.

Previsão de data em que deve ser iniciada a prestação dos serviços ou aquisição

A partir do quarto trimestre de 2021.

Indicação do membro da equipe de planejamento e se necessário o responsável pela fiscalização**Membro da equipe de planejamento:**

- Nizar Ratib Midrei
- Nelson Barbosa Soares
- Flavio Melo Oliveira

Matrícula SIAPE:

- 1326093
- 1397908
- 2907105

Membro suplente da equipe de planejamento:**Matrícula SIAPE:****Responsável pela fiscalização técnica:****Matrícula SIAPE:****Responsável pela fiscalização administrativa:****Matrícula SIAPE:****Responsável pela fiscalização setorial:****Matrícula SIAPE:**

ENCAMINHAMENTO DA ÁREA REQUISITANTE

Em conformidade com o art. 21, II da IN MP 05/2017, encaminha-se à Coordenação de Licitações, Compras e Contratos para providências.

ASSINATURA

1. Este documento deverá ser assinado por todos os servidores indicados para a equipe de planejamento e para a fiscalização.
2. Este documento deverá ser assinado pela autoridade competente da unidade requisitante.

Referência: [Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 05, de 26 de maio de 2017, Anexos da IN nº 5/2017 - Anexo II](#)



Documento assinado eletronicamente por **Nelson Barbosa Soares, Coordenador-Geral de Pesquisa**, em 11/08/2021, às 14:27 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Nizar Ratib Midrei, Diretor do Departamento de Publicidade e Pesquisa**, em 11/08/2021, às 15:30 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Flávio Melo Oliveira, Assessor Técnico**, em 11/08/2021, às 15:39 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jose Ricardo de Freitas Martins da Veiga, Secretária de Publicidade e Patrocínio**, em 12/08/2021, às 18:40 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **7804094** e o código CRC **0C6D60F4**.

Referência: Processo nº 53115.017422/2021-26

SEI nº 7804094