

Estudo Técnico Preliminar 23/2020

1. Informações Básicas

Número do processo: 08001.002880/2019-79

2. Descrição da necessidade

2.1. A contratação de empresa especializada na prestação de serviços continuados de apoio técnico na área de comunicação social e assessoria de imprensa para o Ministério da Justiça e Segurança Pública se faz necessária para o cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de interesse para o exercício da cidadania.

2.2. As principais atribuições da Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Justiça encontram-se definidas nos termos do Artigo 5º do Decreto nº 9.360/2018 e dos Artigos 21, 22 e 23 do Regimento Interno do Gabinete do Ministro aprovado pela Portaria MJ nº 1.176, de 18 de dezembro de 2017:

Art. 21. À Assessoria de Comunicação Social, órgão setorial do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, compete:

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

II - produzir e divulgar conteúdos institucionais das ações do Ministério em suas principais áreas de atuação;

III - participar aos dirigentes todos os assuntos de interesse do Ministério veiculados nos meios de comunicação;

IV - atender às solicitações de informação dos meios de comunicação e responder aos questionamentos relativos às ações do Ministério;

V - organizar e acompanhar as entrevistas concedidas à imprensa pelo Ministro e pelas demais autoridades do Ministério;

VI - coordenar atividades relacionadas à publicidade institucional do Ministério, mediante prévia aprovação da Secretaria de Comunicação da Presidência da República;

VII - organizar e manter, em consonância com os demais setores do Ministério, a página do Ministério na internet, nas redes sociais, bem como a rede interna de comunicação;

VIII - avaliar e aprovar os materiais gráficos, publicitários, audiovisuais e de web produzidos por todos os setores do Ministério para fins de divulgação interna e externa; e

IX - gerir e fiscalizar os contratos celebrados para o desenvolvimento das atividades de comunicação do Ministério.

Art. 22. Ao Serviço de Publicidade e Promoção compete:

I - propor, desenvolver e executar, quando aprovadas, as atividades relacionadas à publicidade institucional do Ministério;

II - desenvolver, em consonância com os demais setores do Ministério, peças gráficas para uso nas diversas ferramentas de comunicação do Ministério;

III - desenvolver campanhas educativas, preventivas e de serviços;

IV - avaliar os materiais gráficos, publicitários, audiovisuais e de web produzidos por todos os setores do Ministério para fins de divulgação interna e externa; e

Art. 23. Ao Serviço de Mídia Digital e Audiovisual compete:

I - organizar e manter, em consonância com os demais setores do Ministério, a página do Ministério na internet e nas redes sociais;

II - fornecer suporte audiovisual aos eventos, às reuniões e às solenidades do Ministério, quando necessário;

III - registrar as ações e os eventos do Ministério;

IV - editar e formatar material audiovisual sobre ações do Ministério, para efeitos de divulgação;

V - manter o arquivo de imagem e som do Ministério; e

VI - zelar pelos equipamentos de áudio e vídeo, sob a guarda do Gabinete, que sejam utilizados pela unidade."

2.3. Além dos cargos efetivos, a ASCOM conta em sua estrutura com cargos comissionados cujas atribuições estão explicitadas no regimento acima mencionado. Dessa forma, na somatória de atribuições e estrutura disponíveis pelo MJSP para que a ASCOM cumpra seu mister, verifica-se a necessidade de que os cargos existentes concentrem seus esforços em uma atuação predominantemente estratégica, gerencial e definidora de políticas e ações a serem operacionalizadas no âmbito da execução das atividades de assessoria de comunicação social. É pertinente observar que atualmente o MJSP dispõe de apenas três servidores ocupantes de cargos de técnico em comunicação, que somados aos três cargos de chefia constantes na estrutura da ASCOM, resultam na existência de apenas seis profissionais que poderiam possivelmente executar as atribuições da ASCOM.

2.4. As competências atribuídas à ASCOM envolvem a atuação junto aos mais diversos veículos de comunicação social nacional e internacional, além da sociedade civil organizada, formadores de opinião, organizações governamentais e não governamentais, servidores públicos, organismos internacionais que tratam das temáticas da Pasta e outros públicos de interesse do Ministério da Justiça e Segurança Pública. Ainda quanto à dimensão da atuação da Assessoria de Comunicação Social do MJSP, é pertinente observarmos que possui em sua estrutura unidades que atuam em temas como segurança pública; anistia política; migrações; refugiados; enfrentamento ao tráfico de pessoas; recuperação de ativos; cooperação jurídica internacional; políticas de acesso à justiça; qualificação de OSCIP's; classificação indicativa; proteção e defesa do consumidor; políticas sobre drogas; política nacional de arquivos públicos; gestão do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos; combate à pirataria; defesa da ordem econômica e políticas indigenistas. De sorte que para o regular desempenho de suas atribuições, face à dimensão do Ministério, além da concentração de esforços pelos servidores nas atividades principais relacionadas à comunicação, é necessária a execução de atividades de apoio à tomada e à implementação de decisões relacionadas à comunicação.

2.5. O que se almeja com a contratação não é uma solução única e autônoma, e sim a contratação de produtos e serviços acessórios, cujo direcionamento e dimensão no todo da política de comunicação ficará a cargo da ASCOM, que trabalha de forma estratégica. Assim, a perspectiva integrada da comunicação será conferida pelos membros da ASCOM na condução de seus trabalhos e na alocação dos produtos, segundo a política a ser definida pela administração.

2.6. Nessa linha, é pertinente observamos a previsão do Artigo 10, §7º do Decreto-Lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967, que indica como prática que preza pela eficiência do serviço público a realização indireta de tarefas de cunho meramente executivo, restando para a estrutura do órgão a preocupação com as atividades finalísticas e de maior relevância para a efetividade da missão do órgão, tais como planejamento, coordenação, supervisão e controle, *in verbis*:

"§ 7º Para melhor desincumbir-se das tarefas de planejamento, coordenação, supervisão e controle e com o objetivo de impedir o crescimento desmesurado da máquina administrativa, a Administração procurará desobrigar-se da realização material de tarefas executivas, recorrendo, sempre que possível, à execução indireta, mediante contrato, desde que exista, na área, iniciativa privada suficientemente desenvolvida e capacitada a desempenhar os encargos de execução."

2.7. Ainda quanto à possibilidade de contratação indireta de serviços de apoio às atividades da ASCOM, transcrevemos a previsão do Artigo 9º da IN/SEGES/MPDG/Nº 5/2017, que afasta a terceirização de serviços que envolvam atividades decisórias ou principal do órgão, mas permite a contratação de serviços auxiliares a essas:

"Art. 9º Não serão objeto de execução indireta na Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional:

I - atividades que envolvam a tomada de decisão ou posicionamento institucional nas áreas de planejamento, coordenação, supervisão e controle;

II - as atividades consideradas estratégicas para o órgão ou entidade, cuja terceirização possa colocar em risco o controle de processos e de conhecimentos e tecnologias;

III - as funções relacionadas ao poder de polícia, de regulação, de outorga de serviços públicos e de aplicação de sanção; e

IV - as atividades inerentes às categorias funcionais abrangidas pelo plano de cargos do órgão ou entidade, salvo expressa disposição legal em contrário ou quando se tratar de cargo extinto, total ou parcialmente, no âmbito do quadro geral de pessoal.

Parágrafo único. As atividades auxiliares, instrumentais ou acessórias às funções e atividades definidas nos incisos do caput podem ser executadas de forma indireta, sendo vedada a transferência de responsabilidade para realização de atos administrativos ou a tomada de decisão para o contratado." [grifamos]

2.8. Se almeja também o incremento da capacidade de condução sistêmica, integrada e estratégica da comunicação institucional do MJSP, hoje marcada pela limitação de recursos humanos e materiais exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas. Com os serviços prestados, espera-se aumentar o valor agregado pelas ações de comunicação institucional à inserção de temas de promoção da cidadania, direitos e justiça na agenda nacional, apoiando iniciativas capazes de influenciar o conhecimento, a predisposição e o comportamento de segmentos que ainda carecem de maior interlocução com o Ministério da Justiça e Segurança Pública.

2.9. Ainda como resultado, é esperado que os produtos a serem entregues e desenvolvidos nesta contratação permitam o fortalecimento do discurso institucional do Ministério da Justiça e Segurança Pública, por meio de ações que integrem e uniformizem, verbal e visualmente, o tratamento das mensagens, conceitos, valores e princípios difundidos, proporcionando o aumento da capacidade do MJSP de prover informação relevante e de interesse público com qualidade, segundo os objetivos listados no Planejamento Estratégico desta Pasta.

2.10. Outra temática que deve ser abordada na definição do objeto da presente contratação diz respeito à forma da contratação que está diretamente relacionada à natureza do objeto. Quanto à natureza e caracterização desses serviços, é pertinente ressaltar que a Corte de Contas considerou cabível em seus julgados a caracterização dos serviços que compõem a assessoria de comunicação social como serviços comuns, passíveis, portanto, de serem contratados por via de pregão, corroborando com a assertiva os seguintes trechos de decisões daquela Corte:

"5. Antecipo desde já minha concordância com as análises e conclusões a que chegou a unidade técnica, conforme instrução transcrita no relatório que antecede este voto. De fato, o Decreto nº 5.450/2005, em seu art. 2º, § 1º, assim define serviço comum:

(...)

7. Verifico que houve a definição precisa, no edital de Pregão Eletrônico nº 47/2012, do objeto a ser licitado, mediante a especificação do tipo de profissional requerido e das quantidades correspondentes. O termo de referência apresenta, ainda, a jornada de trabalho e o perfil profissional de cada categoria. Com isso, estão atendidos os requisitos necessários ao enquadramento, como comuns, dos serviços específicos a serem prestados, nos termos da Lei nº 10.520/92 e do Decreto nº 5.450/2005, não havendo reparos a fazer, no caso concreto, quanto à escolha da modalidade pregão para a contratação em exame.

8. Ademais, se o contratante, nesse caso o Ministério dos Transportes, considerou suficiente, para o atendimento de suas necessidades, a prestação de serviços nos moldes descritos, não compete ao Tribunal interferir nessa decisão, exceto se constatada alguma irregularidade no procedimento.

9. Anoto, ainda, que ante a inocorrência de irregularidades no certame em análise, não se materializa o fumus boni iuris, devendo, assim, ser negada a cautelar requerida.

10. Por outro lado, embora no caso concreto a escolha da modalidade licitatória tenha sido apropriada, não há entendimento firmado no Tribunal sobre a obrigatoriedade e a adequação do uso da modalidade pregão na contratação de serviços de assessoria de comunicação. Fatores como a qualidade dos serviços e a capacidade de atendimento a necessidades específicas do contratante precisam ser cuidadosamente sopesados, como forma de assegurar que a empresa contratada atenda satisfatoriamente as demandas das entidades governamentais.

11. Deve prevalecer, assim, em cada caso, a análise da situação a ser feita pelo gestor público, considerando os fatores mencionados e outros, a seu critério, que possam justificar a escolha de uma ou outra forma de contratação." (Acórdão nº 395/2013 TCU - Plenário)

35. Por fim, com relação ao argumento oferecido pela Abracom, no último expediente encaminhado a este Tribunal (peça 25), relativamente à inadequação da modalidade pregão para a contratação dos serviços em questão, é de se trazer à colação o Acórdão 395/2013 – Plenário, proferido nos autos de outra Representação interposta pela mesma interessada, cujo Relator, Ministro José Múcio, trouxe considerações sobre a matéria, como a seguir reproduzo: (...) (Acórdão nº 3489/2014 - TCU Plenário)."

2.11. Lembramos ainda que o TCU detém posicionamento quanto à possibilidade de adotar o tipo menor preço, ainda que configurada a natureza intelectual do serviço:

"Caso o administrador decida contratar serviços intelectuais, poderá utilizar licitação do tipo técnica e preço ou melhor técnica, mas não está obrigado a adotar referidas modalidades. É certo que, pra a contratação de serviços intelectuais, a adoção do tipo A ou B de licitação pressupõe a devida motivação, tendo sempre como parâmetro o interesse público. Assim sendo, se o interesse público o exigir, parece-me perfeitamente legítimo o critério de menor preço para julgar licitação de serviços intelectuais." (Acórdão nº 838/2004 TCU -Plenário).

2.12. De fato, a escolha da modalidade e o tipo de licitação para serviços de comunicação social ainda não se afigura consolidada. Seja pelos órgãos de controle, seja pela prática dos órgãos federais, é de se observar que cada órgão tende a adaptar a modalidade de contratação à dinâmica do serviço a ser prestado. Recentemente, o TCU posicionou-se novamente sobre o tema, entendendo ser possível a caracterização dos serviços de comunicação social como serviços comuns determinando ainda a anulação da concorrência para o referido serviço:

ACORDAM os Ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em sessão de Plenário em:

9.1. conhecer da presente representação, vez que satisfeitos os requisitos de admissibilidade previstos nos arts. 235 e 237, inciso VII, do RI/TCU c/c o art. 113, § 1º, da Lei 8.666/93, para, no mérito, considerá-la procedente;

9.2. com fundamento no art. 71, inciso IX, da Constituição Federal, c/c os arts. 45 da Lei 8.443/1992 e art. 250, inciso II, do RI/TCU, fixar o prazo de cinco dias, contados a partir da ciência, para que o Conselho Federal de Enfermagem adote, se ainda não o fez, as providências necessárias com vistas à anulação da Concorrência 1/2016, informando ao Tribunal de Contas da União as medidas adotadas, sem prejuízo de alertar ao Conselho que, caso seja necessária a contratação dos serviços objeto da Concorrência 1/2016, corrija as ilegalidades abaixo especificadas:

9.2.1. utilização da modalidade concorrência, do tipo melhor técnica, em lugar do pregão, preferencialmente na forma eletrônica, para contratar os referidos serviços, contrariando o disposto na Lei 10.520/2002 e no Decreto 5.450/2005;

9.2.2. não parcelamento do objeto da Concorrência 1/2016, contrariando o que está expresso no art. 23, § 1º da Lei 8.666/93, bem como na Súmula 247 TCU;

9.2.3. estabelecimento de exigências, no edital da licitação, que acarretam ônus desnecessários aos licitantes e afetam de forma injustificada a competitividade do certame, como as exigências de capacitação da equipe técnica, bem como a pontuação por porte, diferenciais e estrutura física do licitante, conforme Súmula 272 TCU; (Acórdão nº 1074/2017 TCU Plenário)."[grifamos]

2.13. No que tange aos normativos relativos ao tema, é pertinente observarmos a redação do artigo 5º da Instrução Normativa SECOM nº 4/2018, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, a qual estabelece que *a priori* as licitações relativas aos serviços de comunicação corporativa detêm natureza intelectual, contudo, o mesmo dispositivo, em seu parágrafo único estabelece que tal natureza deverá ser devidamente justificada pelo órgão com base nas suas necessidades e dinâmicas a serem adotadas na execução contratual.

2.14. Nesse caso, é preciso verificar se o objeto a ser contratado, a forma de execução do contrato e a forma de prestação do serviço exigem processo de seleção do fornecedor que mensure o melhor preço ou a melhor técnica ou ainda os dois parâmetros. A natureza acessória do objeto, e bem assim a possibilidade de sua prestação indireta, restou definida conforme explanado.

2.15. Dessa forma, os produtos e serviços a serem contratados foram assim especificados:

Grupo	Item	Descrição
1	1	Assessoria de Imprensa
	2	Gestão de Mídias Sociais
	3	Comunicação Institucional
	4	Planejamento de Comunicação Institucional

2.16. Todos os itens possuem caráter auxiliar e instrumental e deverão ser realizados em complemento às atividades da Assessoria de Comunicação Social do MJSP, a partir da emissão de ordem de serviços.

2.17. Os serviços deverão ser executados, preferencialmente, nas dependências do Ministério da Justiça e Segurança Pública, no horário de funcionamento do órgão, das 7h às 22 horas, conforme especificado na Portaria nº 03/2015, que trata sobre o horário de funcionamento do órgão.

2.18. Com fundamento no entendimento do TCU e conforme análise da experiência prática com relação ao parcelamento da solução, verifica-se que a licitação em tela poderá se manter enquadrada na modalidade pregão eletrônico mas com o devido agrupamento, de modo que os itens a serem contratados estejam adequados a nova realidade da estrutura da área de comunicação social.

2.19. De forma complementar, segue análise de cada um dos itens que irão compor o objeto, de sorte a configurar sua natureza acessória, comum e continuada:

2.20. Item 1 - ASSESSORIA DE IMPRENSA

2.20.1. **Produção de release para divulgação e/ou publicação nos veículos de comunicação institucionais:** trata-se de texto elaborado a partir de técnicas jornalísticas que envolvem apuração de informações institucionais e redação, a ser editado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social.

2.20.2. **Produção de aviso de pauta:** trata-se de texto dirigido à imprensa com sugestão de cobertura de assuntos institucionais (resultados, eventos, coletivas, etc) a ser editado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social.

2.20.3. **Produção de artigo:** elaboração de texto de cunho opinativo, a ser veiculado em seções de opinião de veículos de comunicação, a partir da atuação, ações ou programas sob responsabilidade de autoridades do Ministério da Justiça e Segurança

Pública. Após aprovado pela área demandante e pela Assessoria de Comunicação Social, deve-se viabilizar a publicação do artigo.

2.20.4. **Atendimento à demanda de jornalistas:** a atividade envolve o recebimento, apuração, tratamento das informações e resposta, por meio eletrônico, telefone ou pessoalmente, a partir de autorização da Assessoria de Comunicação Social; para as entrevistas concedidas por autoridades do MJSP será necessário a preparação prévia das fontes oficiais.

2.20.5. **Produção de sugestão de pauta para imprensa:** acompanhamento de agendas/reuniões para melhor cobertura institucional customizada.

2.20.6. **Planejamento e organização de coletivas para a imprensa:** por demanda da Assessoria de Comunicação Social, a atividade envolve a coleta de informações a serem divulgadas, preparação prévia das fontes oficiais para contato com jornalistas (perguntas e respostas; briefing), produção de aviso de pauta, de *release* e demais conteúdos (posts, fotos, vídeos, etc.) sobre a pauta da coletiva a ser divulgada nos meios de comunicação institucionais, atendimento das demandas decorrentes da coletiva e elaboração de relatório sobre a repercussão na mídia.

2.20.7. **Cobertura de evento institucional:** acompanhamento da realização do evento institucional para produção de conteúdos (textos, *posts*, material audiovisual, atendimento à imprensa) destinados aos meios de comunicação institucionais. Acompanhamento de entrevistas decorrentes da temática do evento. O produto engloba ainda a produção de conteúdo prévio do evento, como avisos de pautas e *releases* anunciando a realização do evento (seminários, *workshops*, audiências públicas, etc), quando for promovido pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública.

2.20.8. **Gestão e produção de arquivos com degravação de entrevistas e declarações do ministro e demais autoridades do MJSP:** trata-se de elaboração e gestão de banco sobre posicionamento institucional acerca das diversas temáticas afetas ao MJSP.

2.20.9. **Produção de áudio release:** apuração, elaboração de roteiro, captação de sonora, locução, edição de áudio e distribuição /divulgação sobre temas institucionais para disponibilização nas redes sociais ou envio para emissoras de rádio, a partir de pauta previamente aprovada pela Assessoria de Comunicação Social.

2.20.10. **Produção de vídeo release:** elaboração de vídeo, a partir de pauta previamente aprovada, que envolve apuração, elaboração de roteiro, locução, captação de imagens, gravação com fontes, edição e distribuição/divulgação nas redes sociais ou envio para emissoras de TV, a partir de pauta previamente aprovada pela Assessoria de Comunicação Social. Será necessário legendar os vídeos em português. O produto também deverá conter vinheta de abertura e encerramento, bem como trilha sonora de BG (*background*) e recursos gráficos. Os envolvidos na elaboração do produto devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto.

2.20.11. **Plano Específico de Comunicação:** trata-se da elaboração de projetos específicos, que deverá ser elaborado por equipe distinta da que realiza as atividades diárias, para o alcance de ações previstas no Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional ou para outras ações ou programas de comunicação a serem definidos pela contratante, sendo que o projeto específico deverá conter:

- objetivos gerais e específicos da ação;
- descrição e análise da situação e contexto;
- riscos e oportunidades;
- justificativas (razão, necessidades e vantagens);
- a identificação e a caracterização dos públicos a serem atingidos;
- estratégias gerais do projeto;
- programas de ação (descrição de todas as atividades a serem desenvolvidas);
- cronograma de execução;
- instrumentos de controle;
- avaliação de resultados (parâmetros e indicadores);
- recomendações e resultados esperados.

2.20.11.1. O projeto terá natureza tático-operacional e deverá estar alinhado com as estratégias da comunicação institucional da contratante.

2.20.11.2. Unidade: unidade

2.20.11.3. Estimativa anual: 40 (quarenta) planos

2.20.11.4. Prazo de entrega: até 7 (sete) dias corridos, após a emissão da ordem de serviço.

2.20.11.5. O projeto deverá ser entregue em formato impresso e digital.

2.20.11.6. Aspectos qualitativos a serem avaliados: cumprimento do prazo de entrega e dos requisitos descritos no serviço; entendimento do negócio/atução do Ministério da Justiça e Segurança Pública; identificação dos cenários, contextos, públicos, riscos e oportunidades de melhoria; indicação da metodologia utilizada; abrangência das ações de comunicação; conformidade técnica.

2.20.12. Quanto a estimativa de produção e complexidade das atividades de Assessoria de Imprensa:

ATIVIDADE
Produção de <i>release</i> para divulgação e/ou publicação nos veículos de comunicação institucionais
Produção de aviso de pauta
Produção de artigo
Atendimento à demanda de jornalistas
Produção de sugestão de pauta para imprensa
Planejamento e organização de coletivas para a imprensa
Cobertura de evento institucional
Gestão e produção de arquivos com degravação de entrevistas e declarações do ministro e demais autoridades do MJSP
Produção de <i>audio release</i>
Produção de <i>video release</i>
Plano Específico de Comunicação

2.21. Item 2 - GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

2.21.1. **Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Depoimento:** produção e edição de vídeo com um ou mais depoimentos sobre tema específico, com autoridades, gestores, representantes de instituições e/ou sociedade civil. Elaborado a partir de briefing/pauta previamente aprovado pela Ascom. Inclui produção, roteiro, imagens, *letterings* animados ou não e trilha sonora. Os personagens e fontes envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral por escrito. Com duração de 30 segundos a 5 minutos. Prazo de entrega: 2 (dois) dias úteis após a captação, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.

2.21.2. **Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo de Animação:** animação de vídeo com conteúdo institucional de, pelo menos, metade do tempo animado. Inclui produção, criação de arte, animação, trilha sonora e vinheta. Produção em técnica 2D, 3D ou *stop motion*, legendado em português, elaborado a partir de *briefing* previamente aprovado. Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral por escrito. Com duração de até 2 (dois) minutos.

Complexidade:

- Baixa complexidade: vídeo com arte 2D, com uso de *lettering* e infográficos. Prazo de entrega: até 4 (quatro) dias úteis, após aprovação do *storyboard*.

- Média complexidade: vídeo com arte 2D, com uso de *lettering*, infográficos, *motion graphics*, ilustrações animadas. Prazo de entrega: até 7 (sete) dias úteis, após aprovação do *storyboard*.
- Alta complexidade: vídeo com arte 3D, com uso de *lettering*, infográficos, *motion graphics*, ilustrações animadas. Prazo de entrega: até 9 (nove) dias úteis, após aprovação do *storyboard*.

2.21.3. **Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Colagem:** produção de vídeo com utilização de técnicas de videocolagem. Elaborado a partir de um *briefing* e roteiro previamente aprovados. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. Inclui produção, imagens, *letterings* animados ou não, trilha sonora, arte animada. Os vídeos devem ser legendados. Com duração de até 5 (cinco) minutos. Com prazo de entrega de até 2 (dois) dias úteis, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.

2.21.4. **Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Institucional:** elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados. Envolve roteirização, produção, captação e edição. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro, que pode haver colagens de imagens e trechos de vídeos. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Os vídeos devem ser legendados. O custo prevê os equipamentos digitais, pós produção (arte, edição, sonorização), locutor *standard* e trilha sonora. Com duração de até 10 (dez) minutos.

Complexidade:

- Baixa: 1 (um) dia de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 (cinco) dias úteis após a captação, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.
- Média: 2 (dois) dias de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 (cinco) dias úteis após a captação, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.
- Alta: 3 (três) dias de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 (cinco) dias úteis após a captação, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.

2.21.5. **Produção de Podcast:** captação e edição de áudio, a partir de pauta e roteiros previamente aprovados pela contratante. O produto deve conter vinheta de abertura e de encerramento, bem como sonora de fontes. Com duração de 5 (cinco) até 15 (quinze) minutos. Com prazo de entrega de até 2 (dois) dias úteis, após a captação, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.

2.21.6. **Produção de Infográficos:** representação visual de informações, com uso de recursos gráficos (imagens e texto), áudio, animações em flash, HTML5 ou 3D, a fim de conferir dinamismo à peça.

Complexidade:

- Baixa complexidade: infográfico com foto ou ilustração, estático, breve texto. Prazo de entrega: até três dias úteis, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.
- Média complexidade: infográfico com foto ou ilustração, dinâmico, breve texto e animação em flash, áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: até seis dias úteis, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.
- Alta complexidade: infográfico com foto ou ilustração, dinâmico, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: até dez dias úteis, conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social.

2.21.7. **Monitoramento de conteúdo e interação online:** acompanhamento de forma permanente (24 horas por dia, 7 dias por semana) a imagem do órgão/tema em até 10 redes sociais, incluindo blogs e interação nas redes sociais com usuários a partir de informações apuradas e aprovadas pela Assessoria de Comunicação do MJSP. O monitoramento deve indicar a repercussão, reputação, evolução do sentimento, principais influenciadores e outras informações estratégicas para auxiliar na tomada de decisão. Deve conter análise dos dados. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aquelas que podem gerar crise. Apoio na identificação de situações de crise, com proposição para o desenvolvimento de ações de prevenção de episódios que possam afetar a imagem institucional. Monitoramento de até 250 mil menções/mês. Elaboração de relatórios de atividades diários, semanais e mensais, analisando a performance dos perfis institucionais.

2.21.8. **Cobertura de eventos institucionais com produção de conteúdo:** cobertura *online* e transmissão de eventos (exemplo: *lives*, *posts* em tempo real), com apoio da área técnica do Ministério da Justiça e Segurança Pública.

2.21.9. **Criação de material gráfico para divulgação nas redes:** *cards*, *gifs*, dentre outros; com produção de conteúdo textual (*legendas* e *posts*) para ambientes digitais do MJSP.

2.21.10. **Desenvolvimento de layout de sítios institucionais (*sites* e *hotsites*):** criação de *web sites* com conhecimentos de html5, CSS, *javascript*, ou qualquer outra linguagem de programação dinâmica para auxiliar nos desenvolvimentos de recursos visuais e criação de *web sites*, páginas ou *hotsites* sobre atividades, programas, ações e serviços institucionais, destinadas ao público

interno e/ou externo. Experiência em *Plone/Zope* e *Sharepoint*, além de gestão de conteúdo em conformidade com layout padrão proposto pelo Governo Federal. Organização da arquitetura da informação do Ministério da Justiça e Segurança Pública de acordo com o novo decreto nº 10.073, de 18 de outubro de 2019.

2.21.11. **Arquitetura de Site/Portal:** elaboração/adequação do *site/portal* do órgão/tema em conformidade com a Identidade Digital do MJSP; proposição de arquitetura da informação do *site/portal* do órgão/tema; aderência ao *site/portal* com padrão da Identidade Digital de Governo; aproveitamento da estrutura e dos elementos globais desenvolvidos e aproveitamento da navegabilidade e usabilidade definidas; adaptação de elementos gráficos e estilos definidos; produção de protótipos navegável no *wireframe* e atividades de elaboração com proposição de novos módulos, funcionalidades, elementos gráficos e estilos; definição de fluxos, análise de dados e atividades de concepção e construção.

2.21.12. Quanto à estimativa de produção/ano e complexidade das atividades de Gestão de Mídias Sociais:

ATIVIDADE	FREQUÊNCIA
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Depoimento	Semanal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo de Animação	Semanal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo de Animação	Mensal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo de Animação	Mensal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Colagem	Semanal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Institucional	Mensal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Institucional	Mensal
Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais - Vídeo Institucional	Mensal
Produção de <i>Podcast</i>	Semanal
Produção de Infográficos	Diária
Produção de Infográficos	Semanal
Produção de Infográficos	Mensal
Monitoramento de conteúdo e interação <i>online</i>	Diária
Cobertura de eventos institucionais com produção de conteúdo	Semanal
Criação de material gráfico para divulgação nas redes	Diária
Desenvolvimento de <i>layout</i> de sítios institucionais (<i>sites</i> e <i>hotsites</i>)	Quinzenal

Arquitetura de Site/Portal	Mensal
----------------------------	--------

2.22. Item 3 - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

2.22.1. **Produção de textos institucionais:** envolve levantamento de informações (por meio de entrevistas ou consultas a documentos), edição e divulgação de texto dirigido aos públicos de interesse do MJSP (internos ou externos), mediante demanda da Assessoria de Comunicação Social. O texto deverá ser elaborado a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos.

2.22.1.1. Entende-se como lauda a medida de texto de 25 linhas com 70 toques cada ou 1.750 caracteres com espaços (lauda jornalística).

2.22.1.2. O texto de até 3 laudas deverá ser entregue no prazo de vinte e quatro horas ou conforme agendamento da Assessoria de Comunicação Social, acrescentando-se uma hora a cada lauda até o limite de setenta e duas horas para entrega do produto.

2.22.2. **Produção e edição de publicações, como newsletters e e-mails marketing para públicos de interesse do MJSP;**

2.22.3. **Criação de design para apresentação:** elaboração de apresentações para reuniões, a partir de informações recebidas da área solicitante, mediante demanda da Assessoria de Comunicação Social;

2.22.4. **Diagramação/editoração de publicações impressas e eletrônicas:** criação de *layout*, organização de conteúdo, elementos gráficos para impressão em arquivo PDF, com menu interativo e *links* clicáveis em caso de eletrônicas;

Complexidade:

- Baixa: até 30 páginas. Prazo de entrega: até 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento do arquivo final enviado pela Assessoria de Comunicação Social.
- Média: de 31 até 75 páginas. Prazo de entrega: até 8 (oito) dias úteis, após o recebimento do arquivo final enviado pela Assessoria de Comunicação Social.
- Alta: de 76 até 150 páginas. Prazo de entrega: até 12 (doze) dias úteis, após o recebimento do arquivo final enviado pela Assessoria de Comunicação Social.
- Muito Alta: acima de 150 páginas. Prazo de entrega: até 16 (dezesesseis) dias úteis, após o recebimento do arquivo final enviado pela Assessoria de Comunicação Social.

2.22.5. Quanto à estimativa de produção/ano e complexidade das atividades de Comunicação Institucional:

ATIVIDADE	FREQÜÊ
Produção de textos institucionais	Diári
Produção e edição de publicações, como <i>newsletters</i> para públicos de interesse do MJSP	Semar
Criação de <i>design</i> para apresentação	Semar
Diagramação/editoração de publicações impressas e eletrônicas	Semar
Diagramação/editoração de publicações impressas e eletrônicas	Semar
Diagramação/editoração de publicações impressas e eletrônicas	Mens

Diagramação/editoração de publicações impressas e eletrônicas

Mens.

2.23. Item 4 - PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

2.23.1. **Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional:** trata-se de documento para definição de estratégias de comunicação do Ministério da Justiça e Segurança Pública, que deverá ser elaborado por equipe distinta da que realiza as atividades diárias, abrangendo, no mínimo, a seguinte estrutura:

- descrição e análise de cenário e contexto dos ambientes interno e externo da instituição;
- identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão;
- descrição de riscos e oportunidades (análise *SWOT*);
- caracterização/identificação do problema ou problemas de comunicação;
- definição dos objetivos da comunicação institucional;
- sugestões de estratégias gerais e de ações;
- detalhamento e recomendações para execução das ações propostas, com sugestão de cronograma e outros detalhes necessários, levando em consideração as ferramentas, os recursos humanos, físicos e orçamentários disponíveis e desejáveis;
- resultados esperados;
- metodologia de avaliação dos resultados.

2.23.1.1. Unidade: unidade

2.23.1.2. Estimativa anual: 1 (um) plano

2.23.1.3. Prazo de entrega: até 45 (quarenta e cinco) dias corridos, após a emissão da ordem de serviço.

2.23.1.4. O planejamento deverá ser entregue em formato impresso e digital. Após a entrega, o produto deverá ser apresentado em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

2.23.1.5. Aspectos qualitativos a serem avaliados: cumprimento do prazo de entrega e dos requisitos descritos no serviço; entendimento do negócio/atuação do Ministério da Justiça e Segurança Pública; identificação dos cenários, contextos, públicos, riscos e oportunidades de melhoria; indicação da metodologia utilizada; abrangência das ações de comunicação; conformidade técnica.

2.23.2. **Plano para Gerenciamento de Crise:** refere-se ao diagnóstico da situação, identificação de *stakeholders*, instalação de matriz de responsabilidade (comitê de crise) com definição de dirigentes participantes, definição de mensagens-chave, apoio na elaboração de respostas à imprensa e demais públicos de interesse, seleção de conteúdo e de canais de divulgação; orientação para posicionamento de porta-vozes em entrevistas (individuais ou coletivas); sugestão de atuação para ação de redução de danos. O produto inclui relatório de gestão da crise.

2.23.2.1. Prazo de entrega: 03 (três) dias úteis, após a emissão da ordem de serviço.

2.23.3. Quanto à estimativa de produção/ano e complexidade das atividades de Planejamento de Comunicação Institucional:

ATIVIDADE	FREQUÊNCIA	ESTIMATIVA DE PRODUÇÃO	NÍVEL DE COMPLEXIDADE
Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional	Anual	1	
Plano para Gerenciamento de Crise	Mensal	12	

2.24. Os produtos descritos nos itens 2.20, 2.21 e 2.22 prescindem de elaboração de planos de ação ou planejamentos táticos, conforme determinação da Assessoria de Comunicação Social, como forma de garantir a efetivação da comunicação estratégica e integrada.

2.25. A contratada deverá apresentar semanalmente relatórios de produção para fins de acompanhamento das ações planejadas x ações executadas.

2.26. Cumpre verificar se os serviços apresentados em todos os itens possuem os elementos que apontam para a escolha de licitação do tipo melhor técnica e técnica e preço ou se os serviços elencados são passíveis de serem classificados como serviços comuns. Para tanto, é necessário observarmos que o esforço intelectual *de per si* não afasta a natureza comum dos serviços e a escolha pelo menor preço, a IN/SEGES/MPDG nº 5/2017 elenca, em seu Anexo VII-A, as possibilidades de afastamento do pregão:

"8.4. A licitação tipo "técnica e preço" deverá ser excepcional, somente admitida para serviços que tenham as seguintes características:

a) natureza predominantemente intelectual;

b) grande complexidade ou inovação tecnológica ou técnica; ou

c) possam ser executados com diferentes metodologias, tecnologias, alocação de recursos humanos e materiais e, ainda:

c.1. não se conheça previamente à licitação qual das diferentes possibilidades é a que melhor atenderá aos interesses do órgão ou entidade;

c.2. nenhuma das soluções disponíveis no mercado atenda completamente à necessidade da Administração e não exista consenso entre os especialistas na área sobre qual seja a melhor solução, sendo preciso avaliar as vantagens e desvantagens de cada uma para verificar qual a que mais se aproxima da demanda; ou

c.3. exista o interesse de ampliar a competição na licitação, adotando-se exigências menos restritivas e pontuando as vantagens que eventualmente forem oferecidas."

2.27. No que tange à natureza predominantemente intelectual, já foi exposto no presente documento que as atividades a serem contratadas, embora necessitem de domínio de técnicas e metodologias próprias da área, não se configuram como a atividade intelectual de maior relevância para comunicação social, sendo esta entendida como as atividades relacionadas à tomada de decisão ou posicionamento institucional nas áreas de planejamento, coordenação, supervisão e controle das políticas de comunicação social, uma vez que estas tarefas se limitam ao campo de atuação dos servidores lotados na ASCOM. Nessa linha, a SECOM/PR, no Artigo 15, §1º da Instrução Normativa nº 4/2018, orientou os integrantes do SICOM quanto à caracterização da natureza intelectual quando os itens a serem contratados tenham predominância operacional e a contratação dos produtos ocorra de forma isolada, situação essa que será realizada conforme descrever-se-á em tópico sobre o tema de parcelamento do objeto.

2.28. Relativamente à complexidade e inovação tecnológica ou técnica, bem como a existência de diferentes metodologias, tecnologias, alocação de recursos humanos e materiais, é relevante a leitura de trecho do voto do relator do Acórdão nº 1046 /2014 TCU Plenário, que examinou a caracterização do serviço de auditoria como serviço comum:

"18. Primeiramente, há que se ter em mente que "bem ou serviço comum" deve ser entendido como aquele que detém características padronizadas, identificável por denominação usual no mercado. Portanto, a noção de "comum" não está vinculada à estrutura simples de um bem ou de um serviço. Do mesmo modo, a estrutura complexa também não é razão bastante, por si só, para retirar a qualificação de "bem ou serviço comum".

19. Outro aspecto a ser mencionado diz respeito a se especificidades na execução do serviço ou a necessidade de capacitação técnica específica excluiriam a qualificação de "comum", impedindo o uso do pregão. A meu ver, a resposta é negativa, pois um "serviço comum" é aquele cujo mercado domina as técnicas de sua realização, de modo a permitir uma oferta segura em face das exigências previstas no edital.

20. A interpretação acima se fundamenta na parte final do parágrafo único do art. 2º da Lei 10.520/2002, que faz menção expressa a "especificações usuais no mercado". Ora, a complexidade do serviço não é o fator decisivo para inseri-lo, ou não, no conceito de "serviço comum", mas sim o domínio do mercado sobre o objeto licitado. Caso apresente características padronizadas (de desempenho e de qualidade) e se encontre disponível, a qualquer tempo, em um mercado próprio, o serviço pode ser classificado como serviço comum.

21. Em síntese, entendo que a intenção do legislador não foi ater-se à dicotomia serviço simples X serviço complexo. Na verdade, a adequação ao conceito "bem ou serviço comum" deve se revelar diante do caso concreto. [grifamos]

22. Ante as considerações acima, afasto o argumento de que os serviços de auditoria independente, simplesmente por exigirem conhecimentos específicos do profissional, não se encaixariam na definição de serviço comum.

No caso em tela, os itens a serem contratados, embora complexos em sua execução, já são de pleno domínio do mercado quanto as técnicas e metodologias de sua realização. Some-se que no descritivo dos itens a serem contratados constam os métodos, técnicas, produtos e resultados que a administração espera da contratada. No Acórdão nº 1046/2014 TCU Plenário acima transcrito, o TCU afastou variações de técnica, expertise e experiência profissional como elementos ensejadores da descaracterização do serviço comum:

30. Logo, creio que a experiência e o conhecimento pessoal do auditor, diferentemente do que sustenta o CFC, não afastam a possibilidade de que sejam objetivamente definidos, em edital, padrões de desempenho e de qualidade dos serviços. Sendo possível essa padronização dos serviços de auditoria independente, de modo a permitir que sejam comparáveis entre si, a identidade do profissional passa a ser irrelevante.

31. Quanto à alegação de que existem variações nas metodologias que podem ser adotadas pelos diferentes auditores, o que refletiria no julgamento do profissional, cumpre ressaltar que, além do grau de subjetivismo do auditor ser limitado pelas normas regulamentadoras, a qualidade do trabalho de auditoria é atestada por meio do confronto com as normas técnicas e profissionais fixadas pelo Conselho ou outros órgãos reguladores, se for o caso. Portanto, ainda que não seja possível comparar diferentes métodos de trabalhos de auditoria independente entre si, o parecer de auditoria, que é produto final exigido da contratada, possui conteúdo que não pode divergir daquele previsto nas normas. A qualidade dos trabalhos está atrelada à observância das normas no momento da aplicação dos procedimentos, o que é exigido de todos aqueles que prestam serviços de auditoria independente.

32. Para reforçar esse entendimento, a Selog pertinentemente chamou a atenção para o fato de o CFC e o Ibracon terem instituído o “Comitê Administrador do Programa de Revisão de Qualidade”, cujo objetivo é avaliar os procedimentos adotados pelos contadores e empresas de auditoria para assegurar a qualidade dos trabalhos desenvolvidos, baseados em comparação com as normas aplicáveis.

33. De todo modo, apesar de alegar que eventuais variações de processos de trabalho exigiriam análise técnica prévia das propostas, o CFC, questionado sobre os itens que, em seu entendimento, deveriam ser considerados relevantes para pontuação das propostas técnicas, não mencionou a metodologia de trabalho, atendo-se apenas a itens de critérios relacionados a capacitação, qualificação técnica e experiência prévia do auditor.

34. Estabelecendo-se uma analogia, pode-se dizer que, ainda que o processo produtivo adotado pelos diversos fornecedores possuam diferenças, isso não impede que sejam definidos, com clareza e objetividade, no instrumento convocatório, critérios que considerem a capacitação e a qualidade técnica da proposta. Assim, nada obsta, por exemplo, que determinado grau de formação e experiência seja exigido no edital, delineando-se o perfil profissional desejado para a execução dos serviços. [grifamos]

35. Reitera-se, conforme já abordado nos itens 19 a 22 deste Voto, que a exigência de capacitação técnica não é fator determinante para excluir o serviço do conceito de “comum” nem para caracterizá-lo como de natureza predominantemente intelectual.

36. No tocante ao receio expressado pelo CFC de que a falta de avaliação técnica das propostas poderia levar empresas sem capacitação a assumir a execução do objeto, partilho do entendimento da unidade técnica no sentido de que isso seria evitado com a definição, no termo de referência do pregão, dos padrões/especificações exigidos para a garantia de qualidade do serviço. Ademais, no pregão, a capacidade técnica não é ignorada, sendo sua análise tão somente transferida para momento posterior (fase de habilitação)."

2.29. Ainda quanto às orientações da Corte de Contas, verifica-se que no Acórdão nº 1467/2017 TCU Plenário foi ressaltado para serviços de comunicação que a complexidade não afastaria a possibilidade de pregão:

"11. A unidade técnica também contestou o argumento de que a complexidade dos serviços afastaria a possibilidade de realização de pregão. Consoante ressaltado, serviço comum é aquele que possui padrões de qualidade passíveis de serem objetivamente definidos, independentemente da sua complexidade, conforme exposto nos Acórdãos 1597/2010, 1287/2008, 313/2004, todos do Plenário. Com base na jurisprudência desta Corte proferida em casos semelhantes, a Selog defendeu que os serviços de assessoria de imprensa, media training e monitoramento de redes sociais podem ser objetivamente definidos e licitados mediante pregão. [grifamos]

12. No tocante ao não parcelamento dos referidos serviços, concluiu-se que não foram apresentadas razões técnicas que justificassem a medida.

13. Igualmente, a Selog entendeu que os critérios de avaliação estabelecidos pelo Conselho afiguram-se restritivos, pois, ou privilegiam empresas de maior porte, ou acabam por obrigar o licitante a incorrer em despesas a fim de efetuar as comprovações exigidas quanto a pessoal e instalações.

14. Como proposta de encaminhamento, a unidade técnica sugeriu que esta Corte determine a anulação da Concorrência 1/2016 para que o Cofen proceda à correção do instrumento convocatório.

15. Avalio ter ficado demonstrado que os serviços objeto do certame em foco devem ser licitados mediante pregão e com o devido parcelamento. Também não foi afastado o juízo quanto à restritividade dos critérios de avaliação estabelecidos. É de se notar que essas questões já estão há muito pacificadas no âmbito da jurisprudência desta Corte. Por esse motivo, acolho integralmente as propostas da unidade técnica, incorporando a respectiva análise às razões de decidir neste processo." [grifamos]

2.30. Dessa forma, verificamos a possibilidade e a necessidade de contratação de serviços executórios relativos à área de comunicação social do Ministério da Justiça e Segurança Pública por meio de pregão.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
-------------------	-------------

Assessoria de Comunicação Social

Carolina Dias da Silva

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1. Padrões mínimos de qualidade

4.2. Os serviços selecionados têm o condão de, por um lado, apoiar as atividades gerenciais e executivas por meio da oferta de produtos que permitem a coordenação e execução das atividades e a adoção de estratégias e decisões para a implementação dos processos e projetos da ASCOM; por outro, fornecer ferramentais que, ao otimizar as atividades, proporcionam uma instrumentalização efetiva do setor possibilitando o aumento da eficiência no atendimento das demandas

4.3. Os serviços contratados darão suporte à cobertura de eventos do Ministério da Justiça e Segurança Pública, devendo considerar a imprevisibilidade dos acontecimentos, a agenda das Secretarias e Departamentos, que não se limitam ao horário de expediente normal do Órgão, e à necessidade de coberturas das sessões e eventos especiais do Gabinete do Ministro.

4.4. O Ministério da Justiça e Segurança Pública não pode prescindir de um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional, digital e jornalística para, em articulação com os serviços de publicidade, promover de forma integrada os mais diversos públicos atinentes à missão ministerial.

4.5. É essencial que o Ministério esteja preparado e devidamente assessorado para dar o atendimento necessário aos veículos de comunicação, de modo a garantir que a população receba, com agilidade, a informação e a orientação correta e precisa sobre os programas e projetos do Governo Federal. Assim, os requisitos necessários para o atendimento da necessidade do MJSP devem ser elencados.

4.6. Para isso, a área de comunicação social precisa de apoio especializado para cumprir sua missão de informar com propriedade e oportunidade aos diversos públicos (população em geral, imprensa, públicos de interesse), em diversas plataformas de informação, o que reforça a necessidade da contratação dos serviços requeridos.

4.7. Da justificativa acerca da natureza continuada do serviço e da duração inicial do contrato:

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

4.9. A contratação dos serviços em tela possui natureza continuada por serem necessários ao MJSP para o desempenho de suas atribuições, cuja interrupção possa comprometer a continuidade de suas atividades finalísticas, bem como ao seu suporte. Dessa forma, para que não haja dispêndios de tempo e recurso humano empregado na instrução processual de nova contratação quando do fim do contrato ora desejado, resta por configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro, em consonância com a Portaria nº 499/SE/MJ, de 26 de abril de 2013, *in verbis*:

"Art. 1º Ficam definidos os serviços que se enquadram como atividades de natureza contínua, no âmbito do Ministério da Justiça - MJ, cujos contratos necessitam estender-se por mais de um exercício financeiro, a fim de garantir a continuidade de atividades essenciais e evitar contratações rotineiras e antieconômicas."

4.10. Os serviços objeto desta licitação se caracterizam como continuados, pois são imprescindíveis nos esforços de transparência, *accountability*, e compartilhamento de informações junto à sociedade, em aplicação plena do princípio da publicidade dos atos administrativos. O dever administrativo de publicidade de seus atos, inscrito no artigo 37, *caput*, da Constituição Federal, bem como seu corolário, o princípio da transparência, são passíveis de realização por diversos meios, com canais diretos, a exemplo do Serviço de Informação ao Cidadão, ou por veículos e instituições que repercutem e reproduzem para a sociedade os dados repassados pelos órgãos públicos. Dessa forma, a manutenção de estrutura e serviços com vistas ao atendimento e prestação de informações à mídia, e consequentemente à população, é elemento essencial para a consecução da transparência e publicidade dos atos públicos do Ministério da Justiça e Segurança Pública.

4.11. A descontinuidade da prestação do serviço incorrerá na perda da capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional. Como consequência da redução da capacidade de atuação da ASCOM, poderá ocorrer a perda do valor agregado das informações, das respostas aos veículos noticiosos com a visão do governo, da influência e da interlocução com todos os públicos de interesse do MJSP.

4.12. Assim, a interrupção do objeto da contratação em tela pode comprometer a continuidade das atividades da Administração e, por conseguinte, sua contratação deve estender-se por mais de um exercício financeiro, visto que sua manutenção contínua é

imprescindível, uma vez que está voltado para o funcionamento das rotinas de comunicação social do Órgão, devendo vigorar por 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por sucessivos períodos, limitado a 60 (sessenta) meses, na forma do inciso II do artigo 57 da Lei nº 8.666, de 1993.

4.13. Os serviços se enquadram, ainda, no Decreto nº 9.507 de 2018, constituindo-se em atividades materiais acessórias, instrumentais ou complementares à área de competência legal do órgão licitante, não inerentes às categorias funcionais abrangidas por seu respectivo plano de cargos.

4.14. Critérios e práticas de acessibilidade e sustentabilidade

4.15. Os serviços deverão atender aos critérios para a promoção de acessibilidade previstos em normas vigentes.

4.16. Os critérios para a promoção de acessibilidade constam na Lei 10.098/2000, cujo cumprimento orienta-se pela Norma Técnica ABNT NBR nº 9050.

4.17. Os critérios para a promoção de acessibilidade não excluem qualquer outra determinação legal acerca do tema, quer seja complementar, suplementar, superveniente ou qualquer outra que se aplique em caso concreto.

4.18. Os serviços deverão respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos.

4.19. Esta contratação observará em todas as fases do procedimento licitatório as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental.

4.20. Quanto à necessidade da contratada promover a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas

4.21. Não será necessário a transição contratual diante da objeto da prestação do serviço.

4.22. Soluções de mercado

4.23. Visando verificar as soluções de mercado, foram realizadas pesquisas junto a outros órgãos da Administração Pública observando os requisitos similares ao pretendido, conforme dados obtidos nos sites www.paineldepocos.planejamento.gov.br e no www.comprasgovernamentais.gov.br:

Órgão	Objeto
STF	Contratação de empresa para prestação de serviços continuados na área de apoio técnico em assessoria de imprensa, em comunicação interna, em design gráfico e em fotografia.
TRT - 10ª Região	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços da área de comunicação social
Conselho Regional de Educação Física - 11ª Região	Contratação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação

5. Levantamento de Mercado

5.1. Para contratação em tela foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades, por meio de pesquisa no âmbito de pregões e contratações públicas através dos sites: www.paineldepocos.planejamento.gov.br e www.comprasgovernamentais.gov.br, com o objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da Administração.

5.2. Em pesquisa no Painel de Preços do Ministério da Economia, foram identificadas as seguintes formas de contratação dos serviços que compõem o objeto similar da presente licitação:

Órgão	Objeto
STF	Contratação de empresa para prestação de serviços continuados na área de apoio técnico em assessoria de imprensa, em comunicação interna, em design gráfico e em fotografia.
TRT - 10ª Região	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços da área de comunicação social
Conselho Regional de Educação Física - 11ª Região	Contratação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação.

5.3. Os serviços com abrangência na área de comunicação social são contratado de acordo com a realidade de cada órgão, sem prejuízo para o conjunto de atividades a serem fornecidas.

5.4. Outra forma usual de contratação é por meio do fornecimento de mão-de-obra sob a unidade posto, no que tange a este modelo, já foi exposto nestes Estudos que o MJSP dispõe de carreira própria envolvendo atividades de comunicação social, sendo possível tão somente a terceirização das atividades auxiliares, acessórias e instrumentais às atribuições dessa carreira e da Assessoria de Comunicação Social, de sorte que não será adotado o modelo de contratação por posto de serviço.

5.5. A solução de prestação de serviços por demanda se coaduna com as necessidades da Assessoria de Comunicação Social à medida que determinados produtos serão requeridos de acordo com as demandas apresentadas pelos públicos do MJSP e com o fim de se adequar ao planejamento do setor.

5.6. Cumpre informar que não foi necessário a utilização de audiência pública em virtude do resultado das pesquisas no site de compras do governo, que foram suficientes para comprovar a viabilidade da metodologia e a disponibilidade de empresas para execução do objeto.

5.7. Durante a fase de pesquisa de junto à Administração Pública, observou-se a utilização das modalidades concorrência, visando garantir a escolha pela melhor técnica ou pela melhor técnica e preço, e pregão eletrônico, que tem como tipo o menor preço. A escolha do tipo e da modalidade de licitação reflete a necessidade e forma de execução do objeto em cada órgão.

5.8. Este Ministério da Justiça tem entendimento convergente com recentes posicionamentos do Tribunal de Contas da União no sentido de caracterizar os serviços de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas como serviço comum, passíveis portanto de serem contratados por via de pregão, nesse sentido são os Acórdãos nº 1078/2017 TCU Plenário e nº 1467/2017 TCU Plenário:

"9. Como bem colocado pela instrução, não é possível equiparar os serviços de assessoria de imprensa a serviços de publicidade, com a consequente utilização de licitação por melhor técnica ou técnica e preço, ante a vedação contida no art. 2º, § 2º, da Lei 12.232/2010, in verbis:

Art. 2º

(...)

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor." [Grifo do Relator.]

11. A unidade técnica também contestou o argumento de que a complexidade dos serviços afastaria a possibilidade de realização de pregão. Consoante ressaltado, serviço comum é aquele que possui padrões de qualidade passíveis de serem objetivamente definidos, independentemente da sua complexidade, conforme exposto nos Acórdãos 1597/2010, 1287/2008, 313/2004, todos do Plenário. Com base na jurisprudência desta Corte proferida em casos semelhantes, a Selog defendeu que os serviços de assessoria de imprensa, media training e monitoramento de redes sociais podem ser objetivamente definidos e licitados mediante pregão. [grifamos]

12. No tocante ao não parcelamento dos referidos serviços, concluiu-se que não foram apresentadas razões técnicas que justificassem a medida.

13. Igualmente, a Selog entendeu que os critérios de avaliação estabelecidos pelo Conselho afiguram-se restritivos, pois, ou privilegiam empresas de maior porte, ou acabam por obrigar o licitante a incorrer em despesas a fim de efetuar as comprovações exigidas quanto a pessoal e instalações.

14. Como proposta de encaminhamento, a unidade técnica sugeriu que esta Corte determine a anulação da Concorrência 1/2016 para que o Cofen proceda à correção do instrumento convocatório.

15. Avalio ter ficado demonstrado que os serviços objeto do certame em foco devem ser licitados mediante pregão e com o devido parcelamento. Também não foi afastado o juízo quanto à restritividade dos critérios de avaliação estabelecidos. É de se notar que essas questões já estão há muito pacificadas no âmbito da jurisprudência desta Corte. Por esse motivo, acolho integralmente as propostas da unidade técnica, incorporando a respectiva análise às razões de decidir neste processo." [grifamos]

5.9. Por se tratar de objeto comum onde as especificações e padrões de desempenho e qualidade possam ser objetivamente definidos, conforme o que institui o artigo 1º, parágrafo único da Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002, com base em levantamento de mercado, o tipo de solução escolhida é a que mais se aproxima dos requisitos definidos e que mais promove a competição, levando em conta economicidade, eficácia, eficiência, padronização e práticas do mercado.

"Art. 1º Para aquisição de bens e serviços comuns, poderá ser adotada a licitação na modalidade de pregão, que será regida por esta Lei.

Parágrafo único. Consideram-se bens e serviços comuns, para os fins e efeitos deste artigo, aqueles cujos padrões de desempenho e qualidade possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado."

5.10 Convém ressaltar que a Administração tem acompanhado com atenção a jurisprudência emanada do Controle Externo, de modo a incorporar em seus processos de contratação os avanços e melhorias proporcionados pelo exame de casos concretos das aquisições de outros órgãos federais e, em decorrência, obter contratações mais seguras e eficientes para esta Pasta. De forma que entende-se caracterizada, no âmbito do Ministério da Justiça e Segurança Pública, a natureza de serviço comum dos serviços de comunicação social a serem contratados.

6. Descrição da solução como um todo

6.1. A licitação visa a contratação de diversos serviços de apoio, auxílio e instrumentalização das atividades de comunicação social da contratante.

6.2. Em razão da variação na complexidade dos serviços, bem como da ampla gama dos assuntos tratados no MSJP, que possuem caráter bastante técnico sobre temas relacionados a justiça e segurança pública, os serviços devem ser realizados por perfis profissionais diferenciados em termos de competências técnicas, cujas descrições das soluções são descritas no quadro abaixo:

PROFISSIONAL	PERFIL
Profissional de Comunicação Master (CBO 2611-25)	<ul style="list-style-type: none"> - registro profissional de jornalista; - ter nível superior; - pelo menos 10 (dez) anos de experiência em órgãos públicos, agências ou empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; - ter conhecimentos das ferramentas para redação de textos e de softwares relacionados às atividades de assessoria de imprensa; - capacidade de produção de notícia em tempo real; - conhecimento de microinformática em nível de usuário e de mídias sociais; - ter experiência como chefe, coordenador ou gerente de atendimento em Assessoria de Imprensa na área pública ou privada; - ter perfil para gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de comunicação integrada; - ter conhecimento de ferramentas de gestão; - ter habilidades em: elaboração e execução de planos e planejamentos; formulação de estratégias de comunicação e de relacionamento com a imprensa e formadores de opinião; análises de cenários e gestão de eventos; - capacidade de consolidação e apresentação de relatórios.
	<ul style="list-style-type: none"> - registro profissional de jornalista; - ter nível superior; - pelo menos 8 (oito) anos de experiência em órgãos públicos, agências ou empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; - ter experiência como chefe ou coordenador ou gerente de atendimento à imprensa na área pública ou privada;

<p>Profissional de Comunicação Sênior (CBO 2611-25)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ter conhecimentos das ferramentas para redação de textos e de softwares relacionados às atividades de assessoria de imprensa; - capacidade de produção de notícia em tempo real; - conhecimento de microinformática em nível de usuário e de mídias sociais; - ter experiência para administrar e coordenar atividades de comunicação, redação e edição de textos institucionais (releases, discursos, artigos, etc); - capacidade de consolidação e apresentação de relatórios.
<p>Profissional de Comunicação Pleno (CBO 2611-25)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - registro profissional de jornalista; - ter nível superior; - pelo menos 5 (cinco) anos de experiência em área de comunicação, pública ou privada, em atividades de produção ou reportagem; - ter conhecimentos das ferramentas para redação de textos e de softwares relacionados às atividades de assessoria de imprensa; - capacidade de produção de notícia em tempo real; - conhecimento de microinformática em nível de usuário e de mídias sociais.
<p>Profissional de Comunicação Junior (CBO 2611-25)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - registro profissional de jornalista; - ter nível superior; - pelo menos 3 (três) anos de experiência em produção, captação, edição e finalização de vídeos; e/ou experiência em gestão de perfis institucionais em ambientes digitais; - ter conhecimentos das ferramentas para redação de textos e de softwares relacionados às atividades de assessoria de imprensa; - capacidade de produção de notícia em tempo real; - conhecimento de microinformática em nível de usuário e de mídias sociais.
<p>Designer Gráfico /Webdesigner (CBO 2624-10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - nível superior em Design Gráfico, Desenho Industrial ou Publicidade; - pelo menos 2 (dois) anos de experiência em criação de projetos gráficos para materiais impressos e eletrônicos; - ter domínio das ferramentas padrão utilizadas em design e programação: <i>InDesign</i>, <i>Illustrator</i>, <i>Adobe Photoshop</i>, <i>Adobe Premiere</i>, <i>Flash</i>, <i>Dreamweaver</i>, programação em CSS, XHTML, PHP, entre outros; - ter domínio sobre o sistema Plone de gerenciamento de conteúdo.
<p>Gestor de Mídias Sociais (CBO 1423-35)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - registro profissional; - nível superior em Comunicação Social ou Marketing ou Relações Públicas ou equivalente; - pelo menos 5 (cinco) anos de experiência em gestão, monitoramento e produção de conteúdo digital; - ter capacidade analítica do ambiente online e de delinear estratégias de marketing e relacionamento; - saber produzir e analisar métricas de desempenho em mídias sociais; - promover ações para melhorar o posicionamento da instituição em mecanismos de busca;

	- ter capacidade para estipular padrões de linguagem para comunicação em redes sociais.
Redator de Mídias Sociais (CBO 1423-35)	- registro profissional; - nível superior em Comunicação Social ou Marketing ou Relações Públicas ou equivalente; - pelo menos 2 (dois) anos de experiência em gestão, monitoramento e produção de conteúdo digital; - pelo menos 2 (dois) anos de experiência em criação de conteúdo para mídias digitais; - ter capacidade para realizar a interação da instituição com usuários.

6.3. Todos os profissionais devem ter registro, conforme Código Brasileiro de Ocupação - CBO especificado acima, no Ministério do Trabalho e Emprego e diplomas de cursos de nível médio/superior reconhecidos pelo Ministério da Educação.

6.4. Para o dimensionamento da equipe mínima considerou-se a análise de atividades de divulgação institucional executadas na Assessoria de Comunicação Social no primeiro semestre de 2019, bem como a crescente demanda das atividades. Assim, para execução dos serviços estima-se que seja necessária uma estrutura mínima composta por 7 (sete) profissionais de comunicação.

6.5. Os profissionais da contratada assinarão termo de sigilo e confidencialidade visando resguardar toda e qualquer informação do Contratante que venham a tomar conhecimento em decorrência da execução do contrato.

6.6. A CONTRATADA terá prazo, nos primeiros 90 (noventa dias) de execução contratual, para fazer todos os ajustes necessários para dimensionar a equipe.

As contratações e demissões ocorridas no âmbito do contrato deverão ser informadas de imediato ao Ministério da Justiça e Segurança Pública, para fins de fiscalização do contrato. Além disso, ao substituir os profissionais, a contratada deverá observar os requisitos de qualificação previstos e deverá encaminhar ao MJSP documentação que comprove o atendimento a tais requisitos.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1. A prestação dos serviços, conforme especificada nos itens descritos, podem resultar em maior economicidade e também se apresenta como a melhor solução para a contratação ora pretendida, uma vez que os serviços mediante ordem de serviço serão emitidos pela Assessoria de Comunicação Social.

7.2. Há, na dinâmica do atendimento à imprensa, o costume de se receber réplicas dos jornalistas após o envio das primeiras informações. Sendo assim, o número total de demandas deve ser entendido como o número de vezes em que a ASCOM foi contatada pela imprensa a respeito de uma pauta específica afeta ao Ministério da Justiça e Segurança Pública. Dito de outra forma, se a demanda original (pauta do jornalista) resultou em desdobramentos, isto é, mais explicações sobre o pedido original, contabiliza-se um atendimento.

7.3. A Assessoria de Comunicação Social especificou abaixo uma estimativa dos principais produtos elaborados entre fevereiro /2019 a fevereiro/2020, tanto pelos prestadores de serviços quanto pelos colaboradores da área, sendo que essas demandas são crescentes:

Produtos de Comunicação	fev/19 a fev/20
Elaboração de textos em língua portuguesa	1.300 laudas
Reportagem em <i>video release</i>	50 vídeos
Reportagem em <i>audio release</i>	180 áudios
Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	2.500 atendimentos

7.4. Outra demanda que requer atenção na produção e execução de atividades e conteúdos é a alimentação do portal eletrônico do Ministério da Justiça e Segurança Pública, domínio www.justica.gov.br, segundo dados coletados no serviço *Google Analytics*, que detém as estatísticas de performance, foram mais de dez milhões de acessos entre janeiro/2019 a janeiro/2020.

7.5. Esse é um número global de visitas únicas, que contabiliza o número de diferentes de IP's direcionados ao domínio www.justica.gov.br. O portal oferece aos visitantes informações e serviços diversos a partir de sua página inicial, parte desse conteúdo é produzido pela ASCOM, que elabora, edita e publica notícias continuamente. Essas notícias são publicadas na primeira tela da página do Ministério e também são disponibilizadas numa página interna de notícias, onde permanecem à disposição do público em regime de repositório.

7.6. Há ainda outros canais digitais próprios mantidos pela ASCOM: as páginas do Ministério nas redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, bem como o canal oficial no *Youtube*. Atualmente, a página do MJSP no *Facebook* é seguida por mais de um milhão e seiscentas mil pessoas, sendo que essas redes sociais recebem diariamente centenas de postagens que necessitam de um monitoramento efetivo.

7.7. Cada um desses serviços, seja o atendimento de uma demanda de veículo de comunicação, a produção, edição e distribuição de um *release*, a análise diária dos principais jornais do país, o registro fotográfico de atos e ações do Ministério da Justiça e Segurança Pública, a elaboração/publicação de um texto jornalístico na página do Ministério ou nos demais canais digitais, tudo demanda atenção específica, escolha cuidadosa de palavras e/ou imagens que designem códigos e valores exatos para exprimir a mensagem precisa, fazendo com que o receptor a decodifique sem ruídos, entendendo perfeitamente o que se deseja transmitir.

8. Estimativa do Valor da Contratação

8.1. O métodos para estimativa de preços que norteará o certame obedecerá às diretrizes estabelecidas na Instrução Normativa nº 5, de 27 de junho de 2014, que dispõe sobre os procedimentos administrativos básicos para a realização de pesquisa de preços para a aquisição de bens e contratação de serviços me geral, notadamente ao artigo segundo.

8.2. A pesquisa de preços será realizada mediante a utilização dos seguintes parâmetros:

- Painel de Preços, disponível no endereço eletrônico: <http://paineldepreços.planejamento.gov.br>;
- Contratações similares de outros entes públicos, em execução ou concluídos nos 180 dias anteriores à data da pesquisa de preços;
- Pesquisa publicada em mídia especializada, sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que contenha a data e hora de acesso; ou
- Pesquisa com fornecedores, desde que as datas das pesquisas não se diferenciem em mais de 180 dias.

8.3. Destaca-se, também, a observância ao estabelecido na Portaria nº 804/SE/MJ, de 13 de novembro de 2018, que regulamenta os procedimentos e diretrizes para a realização de pesquisa de preços para a aquisição de bens e contratação de serviços, no âmbito dos órgãos e entidades vinculados ao Ministério da Justiça e Segurança Pública.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. De acordo com o disposto no §1º do artigo 23 da Lei nº 8.66/93, a regra a ser observada pela Administração nas licitações é a do parcelamento do objeto, desde de que a divisão do objeto seja técnica e economicamente viável e não represente perda de economia de escala, conforme Súmula 247 do Tribunal de Contas da União:

"Lei nº 8.666, de 1993

Art. 23. (...)

§1º As obras, serviços e compras efetuadas pela Administração serão divididas em tantas parcelas quantas se comprovarem técnica e economicamente viáveis, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala"

"Súmula TCU 247

É obrigatória a admissão da adjudicação por item e não por preço global, nos editais das licitações para a contratação de obras, serviços e compras e alienações, cujo objeto seja divisível, desde que não haja prejuízo para o conjunto ou complexo ou perda de economia de escala, tendo em vista o objetivo de propiciar a ampla participação de licitantes que, embora não dispondo de capacidade para a execução, fornecimento ou aquisição da totalidade do objeto, possam fazê-lo com relação a itens ou unidades autônomas, devendo as exigências de habilitação adequar-se a essa divisibilidade.

(...)

21. Contudo, é indispensável, por absoluta cautela em tal procedimento, remeter à consideração da área técnica o disposto na Súmula 247 do Tribunal de Contas da União que exige, para a contratação unitária de itens, a demonstração nos autos da impossibilidade técnica do fracionamento, bem como que a adjudicação do item por preço global não implique em prejuízo para o conjunto do objeto ou perda de economia de escala.

22. Como forma de atender aos requisitos exigidos pelo Tribunal de Contas da União, este órgão de assessoramento jurídico, tem sugerido a fixação, no Edital, dos preços máximos admitidos por item, bem como a previsão editalícia possibilidade de subcontratação do objeto e/ou consorciamento de empresa, conforme o seguinte entendimento do tribunal de Contas da União:

Assunto: PARCELAMENTO. D.O.U. DE 13.02.2006, S. 1, P. 78. Ementa: o TCU determinou à AEB que, considerando o disposto no art. 23, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, com a redação dada pela Lei n 8.883/94, e na Súmula/TCU nº 247, realizasse o parcelamento do objeto da licitação a ser promovida com vista à contratação das obras, serviços e fornecimentos necessários à implantação e complementação do Centro de Lançamento de Alcântara e Centro Especial de Alcântara, devendo proceder anteriormente, para fundamentar a escolha da forma de configuração dos "blocos" ou "lotes" a serem formados em função do parcelamento, a estudos técnicos que indiquem a alternativa de divisão que melhor satisfaça aos princípios da competitividade, da isonomia e da obtenção da proposta mais vantajosa para a Administração, respeitadas as limitações de ordem técnica, sem prejuízo de realizar contratação isolada de todo o complexo ou conjunto com um licitante, mas neste caso, desde que admitida expressamente a participação de empresas em consórcio, com o forma de assegurar o parcelamento material do objeto, respeitando as regras prescritas no art. 33 da Lei nº 8.666/1993 (item 9.1.1, TC-006.678/2005-4, Acórdão nº 108/2006-Plenário)."

9.2. Nesse sentido, visando realizar o melhor aproveitamento da solução, uma vez que os serviços correlacionam-se entre si, a presente contratação deverá ser conduzida em um grupo:

Grupo	Item	Descrição
1	1	Assessoria de Imprensa
	2	Gestão de Mídias Sociais
	3	Comunicação Institucional
	4	Planejamento de Comunicação Institucional

9.3. No caso em questão, a licitação por itens isolados traz indesejáveis riscos à Administração Pública, mostrando-se adequado que os serviços acima especificados sejam licitados em um único grupo. Dessa forma, se faz necessário evitar os prejuízos surgidos em solução adotada anteriormente, favorecendo a otimização de tempo e recursos humanos e fortalecendo o trabalho da Assessoria de Comunicação Social que adota como linha de atuação o conceito de comunicação integrada.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. O objeto da presente contratação será em substituição aos Contratos nº 06 e nº 29/2019, firmados com a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda e a Partners Comunicação Integrada Ltda, respectivamente.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1. As contratações públicas são consideradas como instrumentos relevantes para a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital para o alcance de resultados efetivos da organização quanto para a entrega de resultados à sociedade. Essa visão consagra a comunicação social como um aliado da organização, uma vez que não há como cingir o alcance da missão institucional, a implementação de políticas públicas, o acesso à informação e a prestação de contas à sociedade sem uma comunicação adequada e estruturada.

11.2. Nesse contexto, a presente contratação encontra-se inserida no sistema da Comissão de Compras Compartilhadas - CAC (SEI: 10456458 e 10397643)

12. Resultados Pretendidos

12.1. Os principais ganhos que se almeja com a contratação são:

- Busca de qualidade e melhores custos para a realização de atividades acessórias de comunicação ;
- Uniformização de procedimentos para realização de atendimentos aos públicos da contratante;
- Eficiência e especialização das atividades decisórias e estratégicas de comunicação;
- Melhoria contínua na abordagem e na sistematização da comunicação social, com vistas ao alcance de maior eficiência e eficácia;
- Promoção do suporte logístico e operacional necessário para a realização das ações de comunicação, sem necessidade de contratação individualizada para cada situação que necessite desse suporte.

12.2. Se almeja, ainda, o incremento da capacidade de condução sistêmica, integrada e estratégica da comunicação institucional do MJSP, hoje marcada pela limitação de recursos humanos e materiais exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas. Com os serviços prestados, espera-se aumentar o valor agregado pelas ações de comunicação institucional à inserção de temas de promoção da cidadania, direitos e Justiça na agenda nacional, apoiando iniciativas capazes de influenciar o conhecimento, a predisposição e o comportamento de segmentos que ainda carecem de maior interlocução com o Ministério da Justiça e Segurança Pública.

13. Providências a serem Adotadas

13.1. Não configura-se necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambiente no Órgão visando a prestação dos serviços.

13.2. O objeto da presente contratação não apresenta peculiaridades que justifiquem a necessidade de capacitação específica de servidores, porém, cumpre ressaltar que a Escola Virtual do Governo e o próprio Ministério oferecem cursos de capacitação para fiscais e gestores de contratos, sendo esse aprimoramento imprescindível para a melhoria do controle dos serviços.

14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1. A contratação observará em todas as fases do procedimento licitatório as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental, em especial o disposto na Instrução Normativa nº 1, de 19 de janeiro de 2010, que 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, *in verbis*:

"Art. 6º Os editais para a contratação de serviços deverão prever que as empresas contratadas adotarão as seguintes práticas de sustentabilidade na execução dos serviços, quando couber:

I – use produtos de limpeza e conservação de superfícies e objetos inanimados que obedçam às classificações e especificações determinadas pela ANVISA;

II – adote medidas para evitar o desperdício de água tratada, conforme instituído no Decreto nº 48.138, de 8 de outubro de 2003;

III – Observe a Resolução CONAMA nº 20, de 7 de dezembro de 1994, quanto aos equipamentos de limpeza que gerem ruído no seu funcionamento;

IV – forneça aos empregados os equipamentos de segurança que se fizerem necessários, para a execução de serviços;

V - realize um programa interno de treinamento de seus empregados, nos três primeiros meses de execução contratual, para redução de consumo de energia elétrica, de consumo de água e redução de produção de resíduos sólidos, observadas as normas ambientais vigentes;

VI - realize a separação dos resíduos recicláveis descartados pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional, na fonte geradora, e a sua destinação às associações e cooperativas dos catadores de materiais recicláveis, que será procedida pela coleta seletiva do papel para reciclagem, quando couber, nos termos da IN/MARE nº 6, de 3 de novembro de 1995 e do Decreto nº 5.940, de 25 de outubro de 2006;

VII - respeite as Normas Brasileiras – NBR publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas sobre resíduos sólidos; e

VIII – preveja a destinação ambiental adequada das pilhas e baterias usadas ou inservíveis, segundo disposto na Resolução CONAMA nº 257, de 30 de junho de 1999."

15. Declaração de Viabilidade

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

15.1. Justificativa da Viabilidade

Diante do exposto em todo o Estudo Preliminar, a contratação de empresa especializada na prestação de serviços continuados de apoio técnico na área de comunicação social e assessoria de imprensa para o Ministério da Justiça e Segurança Pública é viável em termos de disponibilidade de mercado, forma de prestação de serviço e custos envolvidos.

16. Responsáveis

KÁTIA SHIRLEY MACIEL DA SILVA

Analista Técnico Administrativo

CAROLINA DIAS DA SILVA

Chefe da Assessoria de Comunicação Social

CAMILA CANTARINO MESQUITA

Coordenadora de Imprensa da Assessoria de Comunicação Social

ANA FLÁVIA MOTA CASTRO

Analista Técnico Administrativo

EDUARDO DE OLIVEIRA ROSA

Analista Técnico Administrativo

EDUARDO DE OLIVEIRA ROSA

Analista Técnico Administrativo

ANA FLÁVIA MOTA CASTRO

Analista Técnico Administrativo