

COORDENAÇÃO GERAL DE GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO

Estudo Técnico Preliminar 5/2025**1. Informações Básicas**

Número do processo: 00350.005336/2024-74

2. Descrição da necessidade

Este Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo analisar a viabilidade e os elementos essenciais relacionados para a realização de procedimento licitatório para contratação de empresa prestadora de serviços de Comunicação Digital, conforme condições e exigências estabelecidas no Termo de Referência e seus anexos.

A partir do Documento de Formalização de Demanda (SEI nº 35985527), que apresentou a necessidade para contratação de empresa especializada na prestação dos serviços objeto deste estudo, a Equipe Técnica de Planejamento foi designada pela Portaria nº 116, de 25 de março de 2025 para elaborar o presente Estudo Técnico Preliminar que subsidiarão a contratação em tela, com a análise da sua viabilidade e o levantamento dos elementos essenciais que melhor atenderão às necessidades da Administração, conforme o disposto na IN SEGES/ME nº 58/2022.

Como parte fundamental do processo de planejamento da contratação na administração pública, o presente ETP apresenta o planejamento cuja finalidade é evidenciar a necessidade da administração, assim como a viabilidade técnica, o adequado tratamento do impacto ambiental da proposta de contratação, bem como do embasamento para o Termo de Referência.

O Ministério da Pesca (MPA) é um órgão da administração federal direta que foi recriado em 1º de janeiro de 2023, com a edição da Medida Provisória nº 1.154.

Com a nova gestão governamental do país, foi publicado o Decreto nº 11.335, de 1º de janeiro de 2023, o qual foi alterado pelo Decreto nº 11.393, de 21 de janeiro de 2023, que determinou como áreas de competência do MPA os seguintes assuntos:

- I - formulação e normatização da política nacional da aquicultura e da pesca e a promoção do desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva e da produção de alimentos;
- II - políticas, iniciativas e estratégias de gestão participativa do uso sustentável dos recursos pesqueiros;
- III - organização e manutenção do Registro Geral da Atividade Pesqueira;
- IV - estabelecimento de normas, de critérios, de padrões e de medidas de ordenamento do uso sustentável dos recursos pesqueiros e da aquicultura, em articulação com o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima;
- V - concessão de licenças, permissões e autorizações para o exercício da aquicultura e das seguintes modalidades de pesca no território nacional:
 - a) pesca comercial, artesanal e industrial;
 - b) pesca de espécimes ornamentais;
 - c) pesca de subsistência; e
 - d) pesca amadora ou desportiva;
- VI - autorização de arrendamento e nacionalização de embarcações de pesca e de sua operação, observados os limites de sustentabilidade;
- VII - implementação da política de concessão da subvenção econômica ao preço do óleo diesel instituída pela Lei nº 9.445, de 14 de março de 1997;
- VIII - fornecimento ao Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima dos dados do Registro Geral da Atividade Pesqueira relativos às licenças, às permissões e às autorizações concedidas para a pesca e a aquicultura, para fins de registro automático no Cadastro Técnico Federal de Atividades Potencialmente Poluidoras e Utilizadoras de Recursos Ambientais;
- IX - elaboração, execução, acompanhamento e avaliação dos planos, dos programas e das ações, no âmbito de suas competências;
- X - promoção e articulação intrasetorial e intersetorial necessárias à execução de atividades aquícola e pesqueira;
- XI - elaboração e execução, diretamente ou na forma de parceria, de planos, de programas e de projetos de pesquisa aquícola e pesqueira e monitoramento de estoques de pesca;
- XII - realização da estatística pesqueira, diretamente ou por meio de parceria com instituições, com organizações ou com entidades;
- XIII - promoção da modernização e da implantação de infraestrutura e de sistemas de apoio à produção pesqueira ou aquícola e ao beneficiamento e à comercialização do pescado, inclusive quanto à difusão de tecnologia, à extensão aquícola e pesqueira e à capacitação;
- XIV - administração de terminais pesqueiros públicos, de forma direta ou indireta;
- XV - instituição e auditoria do programa de controle sanitário das embarcações de pesca, exceto de barcos-fábrica;
- XVI - subsídio, assessoramento e participação, em interação com o Ministério das Relações Exteriores, de negociações e eventos que envolvam

o comprometimento de direitos e a interferência em interesses nacionais sobre a pesca e aquicultura; e

XVII - celebração de contratos administrativos, convênios, contratos de repasse, termos de parceria e de cooperação, acordos, ajustes e instrumentos congêneres, no âmbito de suas competências.

Parágrafo único. Para fins do disposto no inciso V do caput, estão compreendidos no território nacional as águas continentais e interiores, o mar territorial, a plataforma continental, a zona econômica exclusiva, as áreas adjacentes e as águas internacionais, excluídas as unidades de conservação federais, sem prejuízo das licenças ambientais previstas na legislação.

O Ministério da Pesca, para cumprir na integralidade a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, identificou a necessidade de contratação de serviços de comunicação digital através de empresa(s) especializada(s). Para a efetiva e eficaz comunicação com os meios de comunicação em geral, faz-se necessária a contratação de empresa capacitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, atendendo tanto aos anseios da sociedade, quanto aos dos demandantes internos, trabalho este coordenado pela Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM.

Destaca-se que as demandas dos meios de comunicação se fazem de forma democrática, autêntica, natural e intempestiva, motivadas por diversas razões e, por muitas vezes, são imediatas e complexas, procedentes de assuntos distintos, reforçando a necessidade de desenvolver e organizar argumentos de forma congruente e com linguagens adequadas às respostas deste Ministério e, por consequência, para o Governo Federal. Sendo assim, importante ressaltar que trata-se de uma área muito sensível e dinâmica que necessita de assessoramento profissional constante dada a natureza intelectual do objeto.

São competências da Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM, de acordo com o art. 6º do Decreto nº 11.624, de 1º de agosto de 2023, que aprova a estrutura regimental do Ministério da Pesca e Aquicultura:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, em consonância com as diretrizes estabelecidas pelo Ministro de Estado e pelo órgão responsável pelas ações de comunicação social do Governo federal;

II - assessorar o Ministro de Estado e os demais dirigentes nas ações de comunicação social;

III - atender às solicitações dos órgãos de imprensa;

IV - gerenciar e manter atualizado o sítio eletrônico do Ministério, a intranet e os perfis em redes sociais, em especial a produção e a publicação de notícias e esclarecimentos;

V - supervisionar e estabelecer as diretrizes para a atuação em comunicação social dos demais órgãos do Ministério;

VI - desenvolver projetos gráficos e diagramação de publicações impressas e digitais destinadas a:

a) divulgação das ações do Ministério, inclusive em casos de relevância ou repercussão; e

b) utilização em relatórios e periódicos de gestão;

VII - monitorar os resultados de ações de comunicação social e a imagem do Ministério junto aos veículos de comunicação;

VIII - assessorar as unidades do Ministério no planejamento de eventos institucionais;

IX - propor o padrão editorial e a identidade visual do Ministério, em consonância com as orientações estabelecidas pelo Ministro de Estado e pelo órgão responsável pelas ações de comunicação social do Governo federal;

X - promover a comunicação interna do Ministério;

XI - planejar, coordenar, orientar, controlar e avaliar as atividades de participação institucional em eventos relacionados ao Ministério da Pesca e Aquicultura;

XII - apoiar a participação das Superintendências Federais da Pesca e Aquicultura, em eventos nacionais, regionais ou locais, com aporte de material institucional; e

XIII - organizar e coordenar os eventos do Ministério demandados pelas Secretarias do Ministério.

Dada a relevância dos serviços de comunicação, a Assessoria Especial de Comunicação Social, com vistas a alcançar seus objetivos, demanda continuamente, serviços de planejamento, criação de conteúdo e moderação de mídias sociais, entre outros que permitem tornar os conteúdos da Pasta acessíveis à sociedade, possibilitando a compreensão pelo cidadão do que o Estado tem para lhe oferecer.

Importante ressaltar que os canais digitais ampliam a relação do cidadão com o Estado, representando ferramenta essencial para a disseminação dos atos do MPA com agilidade e assertividade, pois permitem que os cidadãos tenham acesso às informações de orientação, às políticas públicas, bem como à prestação de contas por meio de divulgação transparente e acessível em diversos formatos e meios de alcance a um público bastante diversificado.

O cidadão brasileiro, por consequência, também não é o mesmo. Estamos falando de um e- cidadão, conectado, presente, com ânsia em participar e em ser visto, notado e ouvido.

O e-cidadão cobra, exige e demanda pelo ambiente digital. Um novo cidadão que curte, compartilha, comenta, reposta, reconecta. Esta transformação se dá independente de sexo, classe social, escolaridade, credo ou raça. Em alta ou baixa escala de velocidade de dados, com telefones pré ou pós pagos, em casa ou no trabalho, a verdade é que praticamente todos estão, de alguma forma, conectados.

A constante evolução do meio digital e a contínua mudança da forma como a população se comporta diante dos novos formatos, canais e plataformas de comunicação, torna-se imprescindível que a execução de ações de comunicação digital do MPA seja realizada por meio de profissionais com conhecimentos e formações específicas além de constante atualização e sintonia com as novas tendências do segmento de comunicação digital.

Tal contratação torna-se imprescindível, haja vista a inexistência de carreiras específicas na administração pública federal de servidores com tais qualificações ou mesmo com acesso à capacitação contínua neste dinâmico setor de comunicação.

Para cumprir na integralidade com a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, a alternativa viável proposta pelo MPA é a contratação de serviços de comunicação digital prestados por intermédio de empresa especializada. Reitera-se que, para a efetiva e eficaz comunicação com seus

diversos públicos no ambiente digital em geral, faz-se necessária a contratação de empresa capacitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, atendendo tanto aos anseios dos questionadores, quanto aos dos demandantes internos, trabalho este que será coordenado pela Assessoria Especial de Comunicação Social (ASCOM).

Pela própria natureza dinâmica e inovadora do segmento da comunicação digital, que requer das empresas um constante acompanhamento das novas tecnologias e das tendências do mercado, a lista de serviços/produtos de comunicação digital não se exaure, abrangendo atividades como criação de identidade visual, curadoria de assuntos a serem tratados, planejamento de conteúdo, gerenciamento de conteúdo, diagnóstico de estrutura tecnológica, monitoramento de redes, análise de performance, produção de conteúdos em textos, áudios e imagens estáticas e dinâmicas, entre muitas outras.

Neste cenário, verifica-se ainda indispensável ao Ministério contar com o assessoramento técnico especializado, a fim de que sua comunicação com a imprensa e com o cidadão seja realizada por meio de discursos alinhados, segmentados, ágeis e eficientes, abordando, portanto, linguagem clara, objetiva e acessível a todos.

Por fim, dadas as especificidades do segmento e a ausência da carreira na administração pública de servidores com tais qualificações e conhecimentos técnicos sui generis, torna-se fundamental e necessária a contratação de empresa que auxiliará o MPA na produção de conteúdo e na execução de outros serviços correlatos para seus canais digitais ativos e/ou que venham a ser constituídos, com intuito de levar ao cidadão brasileiro conhecimento e acesso aos serviços e informações de interesse público promovidos pelo Ministério da Pesca e Aquicultura com a maior abrangência, capilaridade e acessibilidade.

Constata-se, pela atuação do Ministério da Pesca e Aquicultura e por suas competências, ser imprescindível a contratação de empresa especializadas para auxiliar a ASCOM, no desempenho de suas atividades, com a finalidade de atender ao princípio da publicidade previsto na Constituição Federal em seu art. 37, parágrafo § 1º.

Por todo o exposto, merece enaltecer o dever de publicizar suas ações decorre também a obrigação de observância ao princípio da transparência. Seu cumprimento pode se dar por diversas formas, tais como canais diretos de comunicação, a exemplo do FALA.BR, ou por veículos diversos que reproduzem e repercutem à sociedade as informações dos programas e ações do MPA. Portanto, os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e, conseqüentemente, à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e accountability (prestação de contas) pelo Ministério da Pesca e Aquicultura.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
ASCOM / MPA	Erika Santos Meneses Tanaka

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

Forma de execução contratual

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

Isso, em razão da impossibilidade de se prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência do Ministério da Pesca e Aquicultura, que poderá readequa-los de forma diferente do previamente estabelecido, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado.

Ocorre que as demandas de comunicação, em grande medida, são imprevisíveis e acabam por fugir ao planejamento da Administração, especialmente em momentos de crise. Além disso, esse tipo de contrato perdura por mudanças de gestão tanto ministeriais quanto governamentais, o que pode ocasionar mudanças de estratégia de comunicação impossíveis de se prever neste planejamento.

Quanto à análise da aferição dos serviços se por posto de serviço, hora/homem, mensuração por resultado (produto entregue), ou, ainda, híbrido, concluiu-se que o ideal é a entrega de produtos. Isso porque o Tribunal de Contas da União já se posicionou quanto a contratação por postos de trabalho, por meio do Acórdão 3.489/2014 – Plenário:

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

quando da impossibilidade ou desnecessidade da inclusão de algum desses campos;
(...)
(grifo nosso)

Além disso, desde a edição da Instrução Normativa nº 05/2017, do então Ministério do Planejamento Desenvolvimento e Gestão - MPDG, as Assessorias Especiais de Comunicação do Poder Executivo Federal vem contratando produtos e serviços e não mais mão-de-obra. Até mesmo a Secretaria Especial de Comunicação Social elaborou modelos de contratação nessa formatação.

Sendo assim, para a presente contratação deverá ser prevista a utilização de produtos e serviços previamente estabelecidos, especificados e estimados, a serem executados sob demanda, pois é o modelo que melhor atende às necessidades do Ministério da Pesca e Aquicultura, bem como está alinhado às últimas decisões e Acórdãos do Tribunal de Contas da União.

O modelo de contratação por catálogo de produtos e serviços acaba tornando mais objetivos os critérios para definição de quantitativos em relação ao hora-homem, ou ao posto de trabalho, além de tornar seu controle mais assertivo e transparente.

Participação de Consórcio

Para a presente licitação, não é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio, em conformidade com o entendimento do Tribunal de Contas da União:

"... o art. 33 da Lei 8.666/1993 deixa à discricionariedade do gestor a decisão de admitir ou não a participação de empresas organizadas em consórcio no torneio licitatório, devendo tal desígnio ser verificado caso a caso." (Acórdão n. 280/2010 - TCU - Plenário)

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

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

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

Participação de cooperativas

Dada a significativa complexidade dos serviços de comunicação corporativa e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

Vigência contratual:

A presente contratação terá duração de 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura, podendo ser prorrogada, respeitada a vigência máxima decenal, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.

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

Da natureza continuada do serviço e da duração inicial do contrato:

A Lei nº 14.133/21 alterou fundamentalmente as regras sobre a duração dos contratos e, consequentemente, a disciplina contratual sobre os prazos de vigência. Na edição da Lei nº 8.666/93 havia uma preocupação clara em evitar contratos com prazos muito longos que pudessem, sob o olhar de um legislador desconfiado, por meio da rotatividade de contratados, preservar a isonomia e evitar um ambiente propício a eventuais desvios e imoralidades.

O cenário criado pela Lei nº 14.133/21 é outro. A regra geral, disposta no art. 105, é a de que a duração dos contratos “será a prevista em edital”.

Como se percebe, o olhar do legislador da Lei nº 14.133/21 sobre os contratos é “funcional”, ou seja, mirando na maior vantagem econômica e na melhor forma de satisfazer do interesse envolvido. Essa percepção se reforça diante ampliação do rol de possíveis regimes de contratação, entre eles o fornecimento com prestação de serviço associado.

Certamente que uma premissa não afasta a outra. Buscar melhores resultados para a contratação não afasta o dever de cuidado com eventuais efeitos colaterais indesejados. Por isso, ao tempo em que se comemoram tais novidades, deve haver uma preocupação genuína com a sua implementação prática.

Assim definem os arts. 105 e 106, da Lei nº 14.133/2021:

Art. 105. A duração dos contratos regidos por esta Lei será a prevista em edital, e deverão ser observadas, no momento da contratação e a cada exercício financeiro, a disponibilidade de créditos orçamentários, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 1 (um) exercício financeiro.

Art. 106. A Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos nas hipóteses de serviços e fornecimentos contínuos, observadas as seguintes diretrizes:

- I - a autoridade competente do órgão ou entidade contratante deverá atestar a maior vantagem econômica vislumbrada em razão da contratação plurianual;
 - II - a Administração deverá atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção;
 - III - a Administração terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.
- § 1º A extinção mencionada no inciso III do caput deste artigo ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato e não poderá ocorrer em prazo inferior a 2 (dois) meses, contado da referida data.
- § 2º Aplica-se o disposto neste artigo ao aluguel de equipamentos e à utilização de programas de informática.

A Administração Pública possui o dever de dar publicidade de seus atos, conforme art. 37, caput, da Constituição Federal. Desse dever decorre a obrigação de observância ao princípio da transparência. Seu cumprimento pode se dar por diversas formas, tais como canais diretos de comunicação, a exemplo do SIC - Serviço de Informação ao Cidadão, ou por veículos diversos que reproduzem e repercutem à sociedade as informações e dados repassados pelos órgãos e entidades públicos. Os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e accountability (prestação de contas) pelo Ministério da Pesca e Aquicultura.

A transparência pública tem um papel que vai além do combate à corrupção. Permite a contribuição tempestiva da sociedade no fornecimento de elementos que viabilizam a eficiência e efetividade do Estado, desenvolvendo uma cultura de gestão integrada e incentivando melhores políticas e programas de governo.

Em vista disso, a descontinuidade da prestação do serviço poderia comprometer a capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional. Como consequência, a capacidade de atuação da Assessoria Especial de Comunicação do Ministério ficaria reduzida, possibilitando perdas com relação ao valor agregado das informações, à influência e interlocução do órgão com seu público de interesse e às respostas aos veículos noticiosos que difundem a visão do governo.

Dessa forma, entende-se que os serviços em tela possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários ao Ministério da Pesca e Aquicultura para o desempenho de suas atribuições, que, conforme já exposto, estão alinhados aos objetivos do órgão. Por esta razão, a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas do Ministério, em especial no que tange à prestação de informações à população. Assim, evitando o dispêndio de tempo e recurso humano empregado na instrução processual de nova contratação, quando do fim da vigência do contrato ora pretendido, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro.

Cumpra ainda esclarecer que o fato de existir previsão de itens sob demanda e itens mensais não significa dizer que há serviços que não sejam contínuos.

Critérios e práticas de acessibilidade e sustentabilidade:

Os serviços deverão atender aos critérios para a promoção de acessibilidade previstos em normas vigentes. Os critérios para a promoção de acessibilidade constam na Lei nº 10.098/2000, cujo cumprimento orienta-se pela Norma Técnica ABNT NBR nº 9050.

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 ao caso concreto.

Assim, deverá ser incluído no Projeto Básico e no Contrato, no campo de obrigações da Contratada: "observar, durante toda a execução do objeto do contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos na Lei nº 10.098/2000 e nas demais normas vigentes".

Ainda, quanto a acessibilidade, urge ressaltar que o portal do Ministério da Pesca e Aquicultura, migrado para o Gov.br, já possui implementados recursos de acessibilidade e configurações para diversos públicos. Dentre eles, destaca-se o VLibras, que é um conjunto de ferramentas computacionais de código aberto, que traduz conteúdos digitais para Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS, tornando computadores, celulares e plataformas Web acessíveis para pessoas surdas. Todas as possibilidades de acessibilidades disponíveis no Gov.br estão listadas por meio do link: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidadedigital>.

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.

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

A futura contratação deverá contemplar ainda conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas empresas de comunicação digital, no âmbito do Projeto Básico e do Contrato, este último assim deve constar - Obrigações da Contratada, nos termos do modelo de edital disponibilizado pela

SECOM aos integrantes do SICOM, da seguinte forma: “adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição”, conforme disposto na Lei nº 14.133 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746, de 2012”.

Quanto aos critérios de Habilitação Técnica:

Em razão do atual modelo de edital da Secom, que prevê a contratação de serviços de comunicação digital, faz-se necessário analisar a capacidade técnica da empresa, por meio de sua capacidade produtiva no período contratual, no caso 12 meses. Sendo assim, importante incluir como critério de habilitação que a empresa seja capaz de apresentar pelo menos metade dos serviços estimados no anexo I, do Apêndice I, do Projeto Básico. Assim, será possível aferir se a empresa concorrente já efetuou serviços compatíveis com o objeto da licitação, e ainda permitir o julgamento objetivo da licitação, com relação a habilitação. Além disso, a empresa precisa atestar que possui ao menos 3 anos de experiência no ramo da contratação, a fim de que seja verificada a efetividade, a segurança e a seriedade na prestação dos serviços.

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

Deverá ser incluída cláusula no edital do certame, no item “Da Qualificação Técnica”, para constar :

- a) Declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, nos termos do Apêndice I do Anexo I deste Edital, nos últimos 36 (trinta e seis) meses.
 - a1) para cumprimento da presente exigência, a licitante deverá comprovar experiência de no mínimo 3 (três) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) dos Produtos e Serviços Essenciais;
 - a2) para atendimento à exigência da alínea “a”, será admitido o somatório de Atestados de Capacidade Técnica, bem como a apresentação de diferentes atestados de serviços executados de forma concomitante.
- b) Comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos documentos de habilitação profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação;
 - b1) a aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão Especial de Contratação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação.
 - b2) entende-se, para fins deste Edital, como pertencente ao quadro permanente da licitante, na data prevista para entrega da documentação para habilitação, o sócio que comprove seu vínculo por intermédio de contrato/estatuto social; o administrador ou diretor; o empregado devidamente registrado em Carteira de Trabalho e Previdência Social, e o prestador de serviços com contrato escrito e firmado com o licitante, ou com declaração de compromissos de vinculação futura, caso o licitante se sagre vencedor do certame e venha a ser contratado.
 - b3) no decorrer da execução do serviço, os profissionais de que trata este subitem poderão ser substituídos, por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que a substituição seja aprovada pela Administração.

Cumpra-se ainda que a exigência de 3 anos de experiência no mercado é compatível com o entendimento do Tribunal de Contas da União e é compatível com o disposto no art. 67, III, da lei nº 14.133/2021 (compatível com o art. 30, II, da Lei 8.666/1993), conforme decidido no Acórdão nº 2.939/2010 - Plenário/TCU, in verbis:

- 7. Em segundo lugar, por se tratar de serviço de natureza contínua, que podem se estender por longo período, a exigência temporal de experiência mínima no mercado do objeto também é, em princípio, compatível com o dispositivo legal há pouco mencionado, já que o tempo de atuação é critério relevante para avaliar a solidez do futuro fornecedor e, com isso, assegurar boa execução do objeto.
- 8. Acrescente-se que, na situação em foco, o estipulado prazo de três anos de atuação no mercado, conforme reconheceu a Secex/3, é compatível, dada a natureza contínua dos serviços em questão, com o prazo máximo de 60 meses autorizado pelo inciso II do art. 57 da Lei 8.666/1993.

Dos Critérios de Pontuação e Julgamento das Propostas Técnicas

Como se sabe, o Decreto nº 6.555/2006 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e determina em seu art. 5º, que:

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

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

Art. 6 Cabe à Secretaria de Comunicação Social:

XIV - subsidiar a elaboração de minutas de editais e de projetos básicos para a contratação de prestadores de serviços de assessoria de relações públicas, de assessoria de imprensa, de comunicação digital, de promoção e de pesquisa de opinião encaminhados pelos integrantes do SICOM;

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

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

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

Da Garantia da Contratação

A exigência da garantia de execução contratual tem como objetivo assegurar o andamento da licitação, bem como o cumprimento do objeto contratual e, portanto, é fundamental que esse item faça parte das exigências definidas no edital da pretensa contratação, sendo item previsto no modelo de contrato disponibilizado pela Secom.

Com a apresentação da garantia, comprova-se, em certa medida, o interesse das licitantes em levarem o contrato até o fim, caso sejam vencedoras do certame. Isso porque é sabido que a participação em processos licitatórios envolve riscos e investimento por parte das empresas, ainda que não sejam exigidos custos desnecessários dos participantes anteriormente à celebração dos contratos.

Dessa forma, espera-se que a exigência de garantias atraia empresas sérias e comprometidas com o cumprimento dos contratos e evitem a concorrência dessas com licitantes que não teriam como levar o contrato até o fim. Ou seja, a exigência de garantias contratuais é uma segurança, não somente para órgãos públicos, mas também para os concorrentes nos processos licitatórios.

Conforme disposto no art. 98, da Lei nº 14.133, de 2021, temos que o percentual da garantia não poderá exceder a 5% do valor do contrato.

Observados os contratos utilizados para a formação de preço, notou-se que todos os contratos estabeleceram o percentual de 5%, seguindo não apenas a orientação da SECOM/PR em seus modelos, mas também o teto permitido em lei.

Sendo assim, entende-se ser razoável a exigência de garantia no valor correspondente a 5% do valor do contrato, por ser a média do percentual exigido nos contratos pesquisados e praxe nas contratações públicas do Governo Federal.

5. Referências

- Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;
- Instrução Normativa SEGE/MPDG n. 05, de 26 de maio de 2017, que dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional;
- Instrução Normativa SEGES nº 58, de 08 de agosto de 2022 – que dispõe sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares – ETP, para aquisição de bens e contratação de serviços e obras, no âmbito da administração pública federal, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema ETP Digital.
- Instrução Normativa SEGES/ME nº 98, de 26 de Dezembro de 2022, que estabelece regras e diretrizes para o procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta de que dispõe a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional.
- Instrução Normativa SEGES /ME nº 65, de 7 de Julho de 2021 - Dispõe sobre o procedimento administrativo para a realização de pesquisa de preços para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.
- Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, no que for aplicável a este objeto, conforme Acórdão n. 6.227 /2016-TCU-2ª Câmara;
- Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;
- Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM.
- Decreto nº 11.624, de 1º de agosto de 2023, que aprova a estrutura regimental do Ministério da Pesca e Aquicultura.

6. Classificação Termos da Lei n. 12.527/11

As informações relativas à contratação ora pretendida não exigem classificação como ultrassecreta, secreta ou reservada, nos termos da Lei n. 1.257 /2011.

Todavia, até que o edital seja divulgado, o Briefing deverá ser mantido restrito.

7. Levantamento de Mercado

A força de trabalho da ASCOM possui uma estrutura mínima que contempla 04 cargos em comissão, sendo: 01 Chefe da Assessoria Especial, 01 Coordenador-Geral, e 02 Assessores técnicos. Grande parte das atividades diárias relacionadas as mídias sociais (monitoramento de redes, publicação de conteúdo, audiovisual, entre outros) são executadas por profissionais terceirizados por meio do TED celebrado com outros órgãos (referente aos serviços de comunicação digital), ou por servidores provisórios contratados temporariamente na modalidade Contrato Temporário da União (CTU), pelo prazo de 02 (dois) anos, através do processo seletivo simplificado regulamentado pelo edital nº 01, de 21 de junho de 2024.

Ao analisar a estrutura organizacional e as políticas públicas de competência do Ministério da Pesca e Aquicultura, bem como os programas em curso e a elaboração de novos planos que serão lançados ainda no decorrer de 2024/2025, constata-se que a infraestrutura técnica e de pessoal da ASCOM é incipiente para o desenvolvimento das atividades diárias de comunicação, assim como para o planejamento das estratégias de comunicação de médio e longo prazos.

Dada a precariedade desse instrumento e a limitação que a própria descentralização impõe, é possível concluir que, para o atendimento seguro, pleno e satisfatório das demandas de comunicação digital, de forma que haja um planejamento coeso para a implementação de ações proativas, sem prejuízos na continuidade das estratégias de comunicação planejadas, faz-se necessária a realização de um certame licitatório que contemple um rol de produtos e serviços a consumir em conformidade com as especificidades do Ministério da Pesca e Aquicultura.

Além disso, é importante salientar que atualmente o MPA possui capilaridade em todo território nacional, desenvolvendo um conjunto de ações transversais de modo a diminuir desigualdades e contribuir com o desenvolvimento de áreas estratégicas.

Portanto, resta claro que é dever da ASCOM cumprir com as suas estratégias comunicacionais e, especialmente, contribuir para a promoção das políticas públicas. As políticas, as ações e os programas executados pelo Ministério são de interesse público e necessitam de suporte técnico eficiente e altamente qualificado para garantir a eficaz transmissão das informações definidas pela ASCOM, bem como garantir o cumprimento dos princípios previstos no art. 37 da Constituição da República, dentre eles a publicidade.

Diante da situação acima narrada, observa-se que a presente contratação envolve a execução de produtos e serviços constantes em larga escala no mercado de empresa especializada em comunicação digital para execução das estratégias de comunicação do Ministério da Pesca e Aquicultura. Apesar da vasta oferta de mercado, ressalta-se que a empresa a ser contratada deve ser especializada na execução do objeto, conforme especificação e requisitos estabelecidos para a contratação.

É sabido que o mercado da comunicação digital se encontra em constante evolução e novas ferramentas e tecnologias são desenvolvidas a todo o momento. Portanto, a oferta de mercado é ampla, não sendo os requisitos definidos tecnicamente impeditivos ou restritivos à ampla competição entre as licitantes.

Deste modo, entende-se que a quantidade de fornecedores no mercado não é restrita, dada a evolução nesta área. Ressalta-se que o modo de operacionalizar a execução é completamente factível às empresas atuantes no mercado. Observa-se que no mercado há diversas empresas que prestam serviços correlatos aos pretendidos no presente Estudo.

Para a contratação de empresas de comunicação social, a SECOM vem disponibilizando modelos de editais, com diversos serviços, que devem ser modulados com base nas necessidades do órgão e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual. Listamos abaixo alguns dos editais lançados nos últimos anos pela Administração Pública, nos quais há previsão de execução de serviços de comunicação digital de forma integrada:

Órgão / Entidade	Identificação	Objeto
Ministério da Saúde - MS	Concorrência nº 66 /2022	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito deste contrato; b) criação e execução técnica de ações e /ou peças de comunicação digital. c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do Ministério da Saúde, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.

Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional - MIDR	Concorrência nº 02 /2020	Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital. c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Ministério do Desenvolvimento Regional, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.
Embratur	Concorrência nº 01 /2022	Contratação de uma empresa para prestar os serviços de Comunicação Digital.

A contratação de empresas prestadoras de serviços de comunicação digital é a melhor solução na atualidade. Para alcançar os melhores resultados, o processo de comunicação não deve se dar por iniciativas isoladas, mas sim por medidas integradas, de acordo com uma estratégia de comunicação que tire proveito das melhores técnicas, canais, linguagens, mídias, frequência de divulgação, e formato de conteúdos. É imprescindível que o processo de contratação reconheça que a qualificação técnica é fator preponderante para o atingimento dos objetivos estratégicos do órgão, especialmente na área de comunicação.

Além disso, a contratação de uma empresa tecnicamente especializada permitirá que os serviços sejam entregues com uma estratégia comunicacional completa e integrada, atingindo todos os públicos-alvo pelos meios de comunicação acessíveis a cada um deles, de forma eficiente.

Análise da contratação anterior

O Ministério da Pesca e Aquicultura está no primeiro processo licitatório para contratação de serviços de comunicação digital.

Modalidade e tipo de licitação

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Portanto, passamos a fundamentação quanto a decisão do órgão.

Quando se trata de comunicação, as informações transmitidas, principalmente aos usuários e aos beneficiários das políticas públicas, são expostas da “vitruve” e qualquer informação repassada errada ou em tempo inoportuno, possivelmente, desencadeará crises que se não tratadas com o devido cuidado poderão ser irreversíveis. Daí a necessidade da avaliação da técnica no processo licitatório, pois cada empresa pode apresentar técnicas de solubilidade diferenciadas, sendo algumas melhores que outras, principalmente no que concerne a função ministerial.

Quando se pensa na contratação de empresas de comunicação digital o que se procura é o conjunto de soluções. A filmagem de um vídeo qualquer pode até ser considerado um serviço comum se analisada individualmente, mas um texto que repasse a visão estratégica do Órgão, divulgados nas redes

sociais para a imprensa e a sociedade no momento certo pode prevenir uma crise governamental. O vídeo não pode ser avaliado isoladamente. Seu melhor ou pior resultado de comunicação dependem da maneira como será divulgado, a frequência, ou mídias escolhidas. Mais do que avaliar um vídeo objetivamente pelos seus aspectos técnicos, o processo de licitação para soluções de comunicação precisa avaliar como ele se coloca no corpo de uma estratégia integrada.

Observa-se que a esse conjunto de soluções, que será pensado caso a caso, é que se aplica a predominância intelectual dos serviços. Não basta contratar serviços separadamente, pois não atingirá o resultado esperado. É a integralidade das soluções que se almeja nesse tipo de contratação, razão pela qual o seu parcelamento também não será viável, como veremos mais a frente.

O TCU também já apontou a necessidade da comprovação da predominância do serviço intelectual ou a necessidade da arte ou racionalidade humana, por meio do Acórdão 767/2010, Plenário, rel. Min. José Jorge.

Ora, o serviço de comunicação depende de planejamento, de articulação, e não pode ser realizado de maneira mecânica, ou seguindo protocolos. Diversas variáveis podem prejudicar a comunicação, e daí advém a racionalidade humana, que lidará diferentemente em cada situação, ensejando as mais diversas soluções.

Existem diversas formas de se executar o objeto licitado, portanto, necessária a avaliação da técnica de cada empresa concorrente. Não se vislumbra a devida análise técnica em uma licitação realizada na modalidade Pregão, na forma eletrônica, quando após a fase de lances já se tem conhecimento das licitantes envolvidas, não havendo como analisar de forma impessoal uma solução estratégica fornecida, baseada em um briefing.

Após as pesquisas, análises e estudos realizados e apresentados neste Estudo Técnico Preliminar, pela Equipe de Planejamento, e tendo em vista a recomendação da Secom, na IN nº 01/2023, de que cabe à área demandante a opção pelo tipo de licitação, bem como a sua justificativa, passamos ao estudo do melhor tipo de licitação: se “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Os princípios da eficiência e economicidade, previstos constitucionalmente, e ainda a vantajosidade da contratação, nortearam a pesquisa da Equipe de Planejamento. Por isso, a necessidade de compreender bem a diferença entre os tipos de licitação melhor técnica e técnica e preço.

Verificou-se que a diferença básica entre os tipos se concentra na fase da negociação de preços. Apesar de ambos buscarem o menor preço, no tipo melhor técnica, após a classificação das empresas pela técnica apresentada no certame, a Comissão Licitatória convoca as empresas para que digam se aceitam exercer o menor preço ofertado no processo pelas empresas classificadas. Já no tipo Técnica e Preço é feita uma ponderação entre a nota e o preço apresentado pelas empresas (na proporção 70% nota / 30% preço, por exemplo, a depender da justificativa do órgão).

Primando pela economicidade e vantajosidade para o Órgão, essa equipe de planejamento entende que o tipo melhor técnica é a escolha ideal para o MPA.

Isso porque a técnica ainda tem maior relevância para o órgão, que deseja contratar uma boa empresa, com uma técnica adequada acima de qualquer situação.

Além disso, na escolha da modalidade técnica e preço o órgão pode não alcançar a melhor empresa, pois na ponderação é possível que a empresa que não tenha a melhor técnica, aliada ao preço que não seja o menor, ainda poderia ganhar a licitação. Ou seja, não teríamos a melhor empresa pelo menor preço.

As variáveis na escolha da técnica e preço podem simplesmente não trazer a maior vantajosidade para o órgão.

Isso é bem explicado no artigo “A anomalia intrínseca da licitação do tipo técnica e preço”, encontrado no endereço eletrônico: <https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/cj043344.pdf>, que apresenta estudo referente aos critérios adotados pela então Lei nº 8.666/93, nos quais em 96% dos casos verificou-se que nas escolhas pelo tipo técnica e preço não se chega ao menor preço. Ao contrário, o artigo demonstrou que nessas licitações, na maioria dos casos, não se alcança nem a melhor técnica e nem o menor preço, o que destoa do princípio da vantajosidade.

Levando em consideração que a Lei 14.133/2021 adotou os mesmos critérios para o tipo da licitação, entendemos que o pensamento do autor ainda é cabível para a realidade nos dias de hoje.

Diz Fábio Luiz Morais Reis, autor do artigo acima citado, que:

“O agravante não está na metodologia em si mas, em duas questões secundárias não disciplinada objetivamente na Lei supra, concernindo aos pesos a serem preestabelecidos nos instrumentos convocatórios para valorização das propostas técnicas e de preços e a imprevisão de negociação caso o licitante mais bem pontuado não seja o que apresentou o melhor preço. Em primeiro lugar, presume-se que se o peso na proposta de preço representar patamar inferior a 50% da nota total a técnica é o componente mais relevante da licitação, logo, o tipo deveria ser ‘melhor técnica’. Se ocorrer o inverso, a técnica não é relevante para a realização do objeto, circunstância que atrai o tipo ‘menor preço’. Feitas as deduções precedentes, somos imediatamente compelidos a imaginar que o peso das notas técnica e financeira deveriam ser sempre equivalentes, cada um representando metade da nota total possível nas licitações do tipo ‘técnica e preço’. De qualquer modo, continuaríamos com riscos previsíveis de deturpações no resultado final, mormente se o licitante que ofereceu o menor preço não teve o mesmo êxito na proposta técnica. Matematicamente (ver simulações do Apêndice I), a atribuição de peso à nota técnica igual ou maior que 50% do peso da nota total possível resulta numa situação que torna comum a ocorrência de vencedor licitante que não ofereceu o melhor preço, sendo resultado esdrúxulo, anômalo e ilegítimo, porque sendo a licitação do tipo técnica e preço intermediária entre as tipologias menor preço e melhor técnica resta inadmissível àquela produzir resultado que suas matrizes descartariam.” (grifos nossos)

Não se busca privilégio excessivo da técnica em detrimento do preço, nem mesmo o cerceamento da competitividade das empresas, mas sim pertinência com os requisitos técnicos indispensáveis à boa execução dos serviços.

Para o Ministério da Pesca e Aquicultura é imprescindível que a contratação seja efetivada e que haja êxito na execução contratual. Seria grande o prejuízo para o Órgão levar tanto tempo para contratar uma empresa que em pouco tempo de execução não conseguisse realizar os serviços contratados.

Diante do exposto, nota-se que a necessidade do Ministério da Pesca e Aquicultura, em vista do volume e complexidade de suas ações, em especial no que se refere à atuação em situações de crise, demanda intelecto, conhecimento estratégico e agilidade para a execução dos serviços de comunicação.

8. Descrição da solução como um todo

A licitação tem por objetivo a contratação de produtos/serviços de comunicação digital, que prevê, dentre outros aspectos, o planejamento, o monitoramento de soluções, a criação, a execução de ações e peças de comunicação, mensagens, conteúdos, para divulgação em seus canais, ambientes, ferramentas e plataformas digitais.

Os serviços especificados e estimados têm o propósito de apoiar as atividades gerenciais e executivas da Assessoria Especial de Comunicação Social do MPA, 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 do órgão. Ainda, buscam o fornecimento de ferramentas que proporcionem uma operacionalização efetiva, com a otimização das atividades para o atendimento das demandas.

Os serviços contratados darão suporte à comunicação do MPA, considerando a imprevisibilidade dos acontecimentos, a rotina do órgão de acordo com as agendas do Ministério, de suas Secretarias e Departamentos, necessidades de coberturas de eventos, entre outros, não se limitando ao horário comum de expediente. Sendo assim, e conforme já mencionado, os quantitativos propostos são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência que o contexto demande, podendo o Ministério da Pesca e Aquicultura readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, respeitado o valor contratual.

A solução busca uma contratação de objeto que prima pela comunicação coesa, ou seja, uma solução abrangente de comunicação digital, capaz de formar um todo consistente, fundamentado, lógico e autônomo, com diversos produtos desenvolvidos. Além disso, a solução tem por finalidade apoiar a Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Pesca e Aquicultura no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

Segue os itens que irão compor o objeto (as numerações abaixo deverão ser seguidas no Apêndice I do Projeto Básico):

1.1 Design

1.1.1 Elemento Gráfico para Propriedade Digital

Descritivo: Criação ou adaptação de elemento gráfico para identificar ação, tema ou programa em propriedade digital, a partir de briefing do Ministério da Pesca.

Entregas: Arquivo digital editável.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência da proposta ao briefing e ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de serviço realizado. Complexidade:

Baixa	Adaptação de elemento gráfico.
Alta	Criação de elemento gráfico.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.2 Apresentação

1.2.1 Apresentação e Diagramação

Descritivo: Planejamento e execução do roteiro de uma apresentação, contendo o detalhamento escrito para uma apresentação, com ou sem elementos visuais, bem como sua diagramação com ou sem animação.

Entregas: Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação, e arquivo digital com a apresentação gráfica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Aderência ao tema proposto.
- Conformidade técnica em relação ao roteiro.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Até 10 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 2 dias. Com animação - até 4 dias.
Média	De 11 a 20 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 4 dias. Com animação - até 8 dias.
Alta	Acima de 21 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 10 dias. Com animação - até 15 dias.

1.3 Planejamento Estratégico

1.3.1 Mapeamento de Presença Digital

Descritivo: Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pelo Ministério da Pesca para expor sua marca na internet e nas redes sociais. O mapeamento compreende as seguintes atividades:

- Identificação, junto com a equipe do Ministério da Pesca, dos principais assuntos tratados pela pasta, seus públicos e necessidades de comunicação.
- Análise editorial das propriedades digitais.
- Análise da arquitetura de informação.
- Análise da presença digital em ferramentas de busca.
- Análise da atuação da atuação nas redes sociais.
- Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais do MPA.
- Produção de relatório com recomendações de boas práticas para as propriedades digitais do MPA.

Entregas:

- Arquivo de apresentação gráfica contendo a síntese das análises realizadas e recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do MPA;
- Arquivo texto com detalhamento do mapeamento e diagnósticos realizados, recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do MPA.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do mapeamento.
- Consistência do diagnóstico.
- Adequação e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade:
- Quantidade de propriedades digitais levantadas e analisadas. Complexidade:

Baixa	Até 5 canais.
-------	---------------

Média	De 6 a 10 canais.
Alta	Acima de 10 canais.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.2 Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise da presença digital do MPA e de suas temáticas, que subsidiarão a elaboração da sua matriz estratégica e do seu plano de ação digital. O diagnóstico e a elaboração da matriz estratégica compreendem as seguintes atividades:

- Entrevistas exploratórias presenciais com representantes do MPA para o levantamento de insumos.
- Levantamento de públicos, desejos, insumos, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças.
- Benchmarking.
- Definição do objetivo da presença digital do MPA e suas temáticas.
- Indicação dos canais de atuação e propriedades digitais.
- Desenvolvimento da matriz estratégica, com a consolidação do objetivo da presença digital do MPA e suas temáticas.
- Proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas do MPA e suas temáticas, quando couber.
- Proposição de um plano de ação digital, com recomendação de canais.
- Proposição conceitual dos indicadores de avaliação de performance estratégica (os indicadores deverão ser reavaliados após a entrega do sítio, de acordo com os objetivos sazonais do MPA).
- Indicação de parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso do projeto.

Entregas:

- Arquivo texto detalhado, contendo as informações identificadas e o diagnóstico.
- Arquivo de apresentação gráfica contendo o Planejamento de Comunicação Digital.
- Planilha comparativa com o benchmarking utilizado no diagnóstico da matriz estratégica.
- Arquivo texto detalhado, contendo a estratégia concebida na matriz estratégica.
- Arquivo texto contendo proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas do MPA, quando couber.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência do mapeamento e do diagnóstico realizado.
- Aplicabilidade e aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.
- Consistência das recomendações produzidas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de canais a serem diagnosticados.

Complexidade:

Baixa	Até 5 canais.
Média	De 6 a 10 canais.
Alta	Acima de 10 canais.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.3 Diagnóstico de Conteúdo

Descritivo: Realização de análise dos conteúdos produzidos pelo MPA, considerando a adequação do tema, do público-alvo e do formato utilizado. O diagnóstico de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O diagnóstico compreende as seguintes atividades:

- Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do MPA considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sítios/portais e redes sociais.
- Análise editorial do ambiente de comunicação digital do MPA, considerando: adequação de linguagem (clareza, qualidade de títulos e conteúdos), qualidade geral dos conteúdos, hierarquia de chamadas e conteúdos, organização geral das chamadas e dos conteúdos,

aprofundamento de conteúdos, duplicidade ou não de informações, cruzamento de conteúdo, atualização frequente (ou falta de) de conteúdos, otimização e acabamento de conteúdos, acessibilidade.

- Análise imagética do ambiente de comunicação digital do MPA.
- Análise de vídeos publicados no ambiente de comunicação digital do MPA.
- Elaboração de recomendações de melhorias.

Entregas: Arquivo texto com informações identificadas, diagnóstico e respectivas recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade do diagnóstico.
- Consistência e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.4 Planejamento de Conteúdo

Descritivo: Estabelecer, a partir de briefing de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O serviço compreende as seguintes atividades:

- Definição de temas a serem abordados para o projeto específico.
- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema.
- Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico.
- Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de infográficos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos;
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo do Governo Federal (ex: Vocabulário Controlado do Governo Eletrônico - VCGE).
- Definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdos. Entregas:
- Arquivo texto contendo o Planejamento de Conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do MPA;
- Arquivo de apresentação gráfica com o resumo das diretrizes e orientações. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:
- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado.

1.3.5 Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema

Descritivo: Elaboração de diagnóstico de saúde digital de marca ou tema, incluindo análise da percepção da marca e/ou do MPA no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, e identificação de influenciadores (detratores, evangelistas etc.), temas mais comentados, oportunidades, ameaças e saúde da marca. A elaboração do diagnóstico deve ter como premissas a análise de período suficiente para encontrar padrões e tendências, a definição de critérios para escolha de fontes e quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados, e avaliação qualitativa contendo análise política, sociológica e comportamento de consumo.

Entregas: Diagnóstico completo da marca.

- Volume total de menções da marca nas redes sociais.
- Regionalização e origens de menções.
- Principais temas comentados.
- Análise dos principais influenciadores em fichas individualizadas.
- Análise de oportunidades de mercado detectadas.
- Análise de rankings de assuntos.
- Análise da saúde do tema (positivo/negativo).
- Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida.
- Detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.
- Elaboração de recomendações para aprimorar a saúde da marca. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:
- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações e do diagnóstico.
- Consistência e aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.6 Gestão da Rede de Influenciadores Digitais

Descritivo: Realização de acompanhamento evolutivo de mapa de influenciadores anteriormente produzido. A elaboração do relatório de acompanhamento contempla as seguintes atividades:

- Atualização evolutiva de determinado mapa social.
- Acompanhamento de postagens/conteúdos nos ambientes digitais e análise da evolução do relacionamento com influenciadores digitais.
- Análise de sentimentos das postagens dos perfis identificados.
- Indicação/sugestão de ações de comunicação ou relacionamento ou corretivas por clusters definidos no mapa.

Entregas:

- Relatório contendo o mapa atualizado de influenciadores (com o detalhamento, quando couber, de públicos, canais, universo de impacto, e ranqueamento de audiência).
- Fichas individuais atualizadas com o perfil detalhado e o posicionamento em relação ao MPA e suas temáticas, análise das informações coletadas e recomendações que resultem na ativação e engajamento de influenciadores.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Consistência das análises.
- Aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de influenciadores.
- Quantidade de canais.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Até 50 influenciadores. Até 5 canais digitais. Prazo de entrega: Até 10 dias.
-------	--

1.3.7 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo: Realização dos seguintes tipos de atividades para planejamento de comunicação e/ou atuação estratégica em determinado projeto:

- Identificação do objetivo estratégico da ação.
- Reunião com a equipe do MPA para discussão do briefing, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos.
- Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto ao MPA.
- Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Análise do público interno e externos.
- Estudo exploratório sobre as necessidade e expectativas de cada público em relação ao projeto.
- Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking).
- Levantamento da Matriz Swot (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes).
- Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdos a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos.
- Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas.
- Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal.
- Proposição de indicadores de avaliação de performance (KPI's).

Entregas: Arquivo texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto.
- Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.4 Planejamento Tático

1.4.1 Plano de Tagueamento de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de plano para criação e orientação de implementação de metatags de acompanhamento de dados de acesso em uma propriedade digital.

Entregas:

- Mapa de tagueamento.
- Tabela de aplicação de tags.
- Relatório de validação de implementação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do estudo realizado.
- Abrangência e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência ao briefing e às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade:
- Porte da propriedade digital. Complexidade:

Baixa	Hotsite
Média	Site
Alta	Portal

Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.4.2 Projeto Editorial para ambientes digitais

Descritivo: Execução das seguintes atividades:

- Indicação de produção de novos conteúdos com definição de pautas e formatos digitais;
- Consolidação da planilha de migração de conteúdo (de/para);
- Mapeamento de conteúdos relevantes de outros portais relacionados;
- Indicação de script de migração;
- Indicação de backup de conteúdo.

Entregas: Arquivo texto detalhado e/ou arquivo de planilha eletrônica contendo a consolidação do Projeto Editorial digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.
- Abrangência e aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: não há.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.5 Métricas e Avaliações

1.5.1 Relatório de Análise de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de relatório de performance, compreendendo as seguintes atividades:

- Levantamento de dados de performance da propriedade digital do MPA (acessos, visitas, localidades, tipos de conexões).
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências do mês e os resultados.
- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas na propriedade digital durante a semana.
- Análise de picos e vales.

- Elaboração de relação de ocorrências relevantes.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório semanal, em arquivo de apresentação e arquivo texto, contendo as ocorrências, dados de performance, análises realizadas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado. Entregas semanais, no primeiro dia útil da semana subsequente.

1.5.2 Relatório de Desempenho de Redes Sociais

Descritivo: Elaboração de análise do desempenho de perfis de redes sociais para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Análise do desempenho de comunicação digital nas redes sociais.
- Identificação do grau de sentimentalização, classificação (tagueamento) e análise das interações de internautas com as redes sociais em questão.
- Indicação da performance do perfil nas redes sociais do órgão/entidade, incluindo número de seguidores, perfis, compartilhamentos, comentários, acessos, tipos de conexões, e origem de tráfego.
- Cruzamento entre postagens, interações e resultados.
- Análise do impacto de postagens.
- Análise dos picos.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório consolidado, em arquivo de apresentação, contendo informações coletadas, análises realizadas e recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal, com entrega até o 5º dia útil do mês subsequente.

1.5.3 Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento

Descritivo: Elaboração de análise de tema específico, a partir de dados coletados por meio de monitoramento de redes sociais e levantamento de informações estratégicas, para apoio à tomada de decisão e proposição de sugestões para ações de comunicação.

Entregas: Relatório, em arquivo de apresentação, contendo as informações coletadas, análise realizada e recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Clareza e consistência da análise.
- Consistência das recomendações.
- Tempestividade no atendimento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: De acordo com o tipo de demanda.

1.6 Conteúdo

1.6.1 Montagem e Criação de Capa/Página de Sítio/Portal

Descritivo: Elaboração e publicação de página agregadora de conteúdo de nova editoria ou novo tema, de acordo com briefing. A página deverá abrigar conteúdos em formatos variados e sua criação deve contemplar as seguintes etapas:

- Arquitetura e Design: definição de formatos e quantidade de conteúdos da página; elaboração da hierarquia de informação, de acordo com o objetivo de comunicação definido para a ação; estudo e escolha dos módulos para construção da página e apresentação do conteúdo selecionado; e desenho da página, para orientação da equipe de conteúdo e publicação.
- Verificação da viabilidade da proposta em relação ao uso dos módulos disponíveis.
- Publicação da página.

Entregas: Capa/página produzida e publicada, e imagem (print) das telas criadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade e aplicabilidade do projeto proposto.
- Atendimento ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: Tipos de conteúdos considerados para aplicação na página.

Complexidade:

Baixa	Até 5 itens
-------	-------------

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.2 Atualização de Página de Sítio/Portal

Descritivo: Substituição de todos os destaques nos formatos de texto, áudio, foto, vídeo, infográfico e banner, conforme planejamento do MPA. A atualização de página compreende as seguintes atividades:

- Elaboração de proposta de destaques, a partir de planejamento de conteúdos do MPA.
- Produção de chamadas.
- Seleção de imagens.
- Publicação dos destaques. Entregas:
- Páginas atualizadas.
- Relatório mensal, em arquivo de planilha eletrônica, com nome e link do local de publicação da página principal e imagens (prints) das peças.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Cumprimento do planejamento estabelecido.
- Aderência à linha editorial do sítio/portal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de itens publicados.

Complexidade:

Baixa	Publicação de até 5 itens.
Média	Publicação de 6 a 15 itens.

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.3 Publicação de Conteúdo

Descritivo: Publicação e tagueamento de conteúdo (foto e legenda, fotolegenda, áudio, vídeo, infográfico, arquivo digital, banner, texto, dados e informação).

Entregas: Conteúdo publicado e tagueado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo publicado.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado.

1.7 Peças Digitais

1.7.1 **Infográfico**

Descritivo: Criação e produção de conteúdo com a utilização de recursos gráficos e/ou interativos e textos breves.

Entregas: Arquivo de imagem digital em alta resolução e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual.
- Correção ortográfica.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipos de elementos que compõem o infográfico.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Infográfico estático, com aplicação de imagem e edição simples na composição. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Infográfico estático, com montagem de um gráfico ou de um fluxo complexo. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Infográfico animado, com variação de comportamento nos frames, com montagem e criação com duas ou mais telas ou gráficos, ou fluxos mais complexos. Prazo de entrega: Até 7 dias.

Prazo de entrega: Até 7 dias.

1.7.2 **Banners ou Artes**

Descritivo: Criação e produção de peça gráfica digital, com conteúdo estático, animado ou interativo. Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla layout, redação e revisão em peça estática ou animada para veiculação em sites, blogs, portais, mídias sociais, entre outros meios, em formatos diversos nas seguintes extensões: jpeg, png, gif ou na versão mais atualizada.

Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica.
- Correta aplicação de logomarcas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de elemento utilizado na elaboração do banner.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Banner estático.
-------	------------------

	Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Banner animado. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Banner interativo. Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.7.3 Adaptação de Banners ou Artes

Descritivo: Adaptação de banner já produzido a outro formato, com ou sem inclusão de elementos (vídeo, áudio).

Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing e criatividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de alteração utilizada na adaptação.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Adaptação de banner, com alteração de dimensões, ajustes de texto e troca de imagem. Prazo de entrega: Até 1 dia útil.
Média	Adaptação de banner, com alteração de formato, rediagramação, com ou sem animação. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Adaptação de banner, com inclusão de elementos multimídia (vídeo, áudio). Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.8 Produção de Audiovisual

1.8.1 Vídeo Reportagem (Vídeo Release)

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

--	--

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

1.8.2 Vídeo Depoimento

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

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão/entidade, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, intranet ou outro meio de comunicação do MPA, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação e produção.
- Quantidade de depoimentos.
- Equipe utilizada na produção e serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	<p>1 dia de captação e produção.</p> <p>Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente.</p> <p>Pós-produção restrita à edição do material captado.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.</p>
Média	<p>Até 2 dias de captação e produção.</p> <p>Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes.</p> <p>Pós-produção com edição do material captado e sonorização.</p> <p>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.</p>
	<p>De 2 dias a 5 dias de captação e produção.</p>

Alta	<p>Gravação acima de 6 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.</p> <p>Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes.</p> <p>Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.</p>
------	---

1.8.3 Vídeo Premium

Descrição: Vídeo com direção realizada por um diretor de externa experiente em conteúdo e formatos diferenciados de captação (exemplo: uma captação mais dinâmica com entrevistado em movimento ou em ação ou que necessite de uma escolha de locações, enquadramentos e conteúdo diferenciados), em conteúdo e roteiro jornalístico/publicitário/cinematográfico. Os equipamentos para captação devem ser de última geração com recursos que possibilitam um vídeo mais diferenciado quanto a parte estética e de áudio. A edição deve contar com ilha com mais recursos, editor e diretor de arte sênior. Pode ser aplicada até mesmo arte 3D e HD. Esse vídeo deverá contar também com trilha sonora exclusiva composta. Nesse vídeo deve ter mais recursos e capacidade técnica para inovar com o máximo de qualidade.

Entregas: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado, arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, documentos de cessão dos direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada.
- Qualidade técnica do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- Qualidade editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção.

Complexidade:

Baixa	<p>1 dia de captação e produção.</p> <p>Prazo de entrega: até 5 dias após a captação</p>
Média	<p>2 dias de captação e produção.</p> <p>Prazo de entrega: até 5 dias após a captação</p>
Alta	<p>3 dias de captação e produção.</p> <p>Prazo de entrega: até 5 dias após a captação</p>

1.8.4 Vídeo Gravação de Eventos

Descrição: Produção de vídeo com roteiro e edição de vídeo de até 90 minutos com captação em ambiente interno e externo, com até 3 câmeras de captação em diversos locais do evento.

Entregas:

Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados. Características consideradas na classificação da complexidade: tempo.

Complexidade:

Baixa	Até 90 minutos com captação em 1 ambiente interno e/ou externo com até 3 câmeras de captação.
-------	---

1.8.5 Vídeo Animação (Motion ou Cartelado)

Descritivo: Produção de vídeo com utilização de técnica de animação (ilustrações, gráficos, tabelas, desenhos e/ou ícones), a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MPA. O vídeo deve ser transcrito e legendado no idioma português, e se necessário em inglês e espanhol. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição, letterings e trilha. (direção de edição, editor, diretor de arte, sonorização).

Entregas:

- Arquivo texto contendo o roteiro finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em internet e redes sociais.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados. Características consideradas na classificação da complexidade:
- Técnica de elaboração, em 2D ou 3D.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 3 minutos, com até 2 personagens em 2D. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 3 a 5 minutos, com até 4 personagens em 2D. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 5 a 7 minutos, com 5 ou mais personagens em 3D. Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.8.6 Vídeo Colagem

Descritivo: Produção de vídeo com utilização de técnicas de videocolagem (incluindo animações e imagens), a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MPA. O vídeo deve ser transcrito e legendado em português. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição, letterings e trilha. (diretor, direção de edição, diretor de fotografia, produtor, produtor de objetos, assistente de câmera /eletricista, maquinista, edição, arte e sonorização).

Entregas:

- Arquivo texto contendo o roteiro finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso na internet, nas redes sociais do MPA.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados. Características consideradas na classificação da complexidade:
- Duração do vídeo.
- Prazo de entrega. Complexidade:

Baixa	Duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Duração acima de 1 e até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Duração acima de 3 minutos. Prazo de entrega: Até 8 dias.

1.8.7 Videocast

Descritivo: Captação e edição de vídeo, a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MPA, para produção de conteúdo em formato videocast. Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de videocast sobre tema de interesse.

Entregas: Arquivo de vídeo.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial em relação ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: tempo de gravação.

Baixa	Gravação e edição de videocast sobre tema de interesse entre 5 e 30 minutos.
Média	Gravação e edição de videocast sobre tema de interesse entre 30 minutos e 1 hora.
Alta	Gravação e edição de videocast sobre tema de interesse entre 1 e 2 horas.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.8.8 Reedição de Vídeo

Descritivo: Reedição de áudio/vídeo, a partir de arquivo já existente

Entregas: Arquivo de vídeo reeditado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica da reedição.

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

1.8.9 Corte de Vídeo

Descritivo: Realização de corte em vídeo já produzido.

Entregas: Arquivo de vídeo com corte realizado em alta resolução (HD).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica
- Conformidade com o briefing

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

1.8.10 Podcast

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MPA, para produção de conteúdo em formato podcast. Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de podcast sobre tema de interesse. Entregas: Arquivo de áudio.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial em relação ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: tempo de gravação.

--	--

Baixa	Gravação e edição de podcast sobre tema de interesse até 30 minutos.
Média	Gravação e edição de podcast sobre tema de interesse entre 30 minutos e 1 hora.
Alta	Gravação e edição de podcast sobre tema de interesse entre 1 e 2 horas.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.8.11 Corte de Áudio

Descritivo: Realização de corte em áudio já produzido.

Entregas: Arquivo de áudio com corte realizado em alta resolução (HD). Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica
- Conformidade com o briefing

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

1.8.12 Transmissão e gravação ao vivo para Ambiente Digital

Descritivo: Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras, seminários ou eventos de até 90 minutos, considerando entrega de material após a transmissão.

O serviço contempla as seguintes atividades:

- Indicação e provimento de soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo.
- Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local.
- Gravação do vídeo.

Entregas: Arquivo de vídeo gravado com imagens e áudio captados, sem edição ou cortes, e relatório de atividades realizadas para a viabilização da transmissão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da transmissão e do vídeo gravado. Complexidade:

Prazo de entrega: Até 1 dia após a atividade.

1.8.13 Criação de Vinheta

Descritivo: Criação de mensagem simples, de curta duração, para utilização em ambientes digitais. A vinheta pode conter texto, imagem, áudio, arte gráfica, animação, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing.

Entregas: Vinheta em alta resolução (HD) para uso na internet ou em formato de áudio, conforme a solução aprovada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica.
- Aderência em relação ao tema e ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 15 dias.

1.8.14 Jingles

Descritivo: produção, redação e edição de jingles e músicas temáticas, a partir de briefing, para utilização em redes sociais, incluindo casting de músicos e compositores.

Entregas: Arquivo de áudio em formato MP3 e roteiro aprovado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência em relação ao tema e ao briefing.
- Adaptabilidade das pautas e das diretrizes editoriais

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

1.8.15 Libras em Vídeo

Descritivo: Tradução, gravação e inserção de janela de Língua Brasileira de Sinais (Libras) em vídeo.

Entregas: Arquivo de vídeo com a tradução em libras aplicada, em alta resolução (HD) para uso na internet, nas redes sociais.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da aplicação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica. Prazo de entrega: Até 2 dias.

1.8.16 Transcrição/audiodescrição em vídeo

Descritivo: Descrição de cenas de vídeo em áudio, com o objetivo de promover a acessibilidade.

Entregas: Arquivo em formato de vídeo, em alta resolução (HD) para uso na internet, nas redes sociais com a transcrição/audiodescrição aplicada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da descrição.
- Objetividade e clareza do conteúdo.

Características consideradas na classificação da complexidade: Tempo de duração do vídeo. Complexidade:

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.9 Redes Sociais

1.9.1 Conteúdo para Redes Sociais

Descritivo: Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação de atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão.
- Tempestividade no atendimento.
- Aderência à pauta.
- Qualidade do conteúdo produzido.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de conteúdos produzidos.

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 a 100 conteúdos.
Média	Produção de 101 a 500 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal.

1.9.2 Gerenciamento de Redes Sociais

Descritivo: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações tais como: monitoramento, resposta, exclusão etc. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados. A moderação compreende as seguintes atividades:

- Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana).
- Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) de todas as interações.
- Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração de respostas.
- Elaboração e postagem de respostas.
- Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório mensal, em versão digital, com a descrição e comprovação e análise das tarefas realizadas, com indicação de falhas e ações assertivas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade e qualidade da moderação, das interações e das análises.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa	Moderação de até 100 mil comentários/mês.
Média	Moderação de até 100 mil até 500 mil comentários/mês.

Prazo de entrega: Mensal.

1.9.3 Monitoramento de Redes Sociais

Descritivo: Acompanhar de forma permanente (24x7) com apoio de ferramenta de monitoramento a imagem do órgão/tema em veículos online e redes sociais. O monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aqueles que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números pelos números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação;

Entregas:

- Relatório diário em horário a ser definido pelo gestor do contrato (corpo do e-mail) – deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (o que mais teve relevância, seja ela positiva ou negativa), tendências de temas quentes para o dia e o que tem potencial de continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais);
- Alertas (corpo do e-mail) – organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não alertar. Devem apontar também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente para o cliente;
- Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu positiva e negativamente para os itens monitorados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara o que foi a semana;
- Relatório de fim de semana (corpo do e-mail) - entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais informações do dia seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia;
- Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após encerramento do mês) – consolidado de todas as informações de maneira objetiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis;
- qualidade das análises;
- alertas feitos de forma coerente e com relevância.

Método de classificação da complexidade: quantidade de menções.

Complexidade:

1.9.4 Cobertura de eventos para redes sociais

Descritivo: Cobertura, nas redes sociais, de eventos relevantes para o Ministério. Envolve a criação de roteiro de cobertura, captação de imagens via celular, edição de imagens, publicações nas redes e tagueamento.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- Cumprimento do Prazo;
- Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema; Método de classificação da complexidade: volume de coberturas.

Complexidade:

1.9.5 Relações Públicas Digitais

Descritivo: Mapeamento de lideranças digitais afetos aos temas a serem trabalhados pelo governo, a partir de briefing; contato contínuo e acompanhamento de demandas.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- Cumprimento do Prazo;
- Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema; Método de classificação da complexidade: volume mensal de contatos acompanhados.

Complexidade:

Baixa	Cobertura de 1 a 100 contatos Prazo de entrega: serviço
-------	--

1.10 Manuais

1.10.1 Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo

Descritivo: Elaboração de manual orientador que apresente de maneira didática, clara e simples as boas práticas na otimização de conteúdo nas propriedades digitais do MPA, abrangendo conteúdos de texto, imagem, vídeos, áudios e apresentações.

Entregas: Arquivo texto com conteúdo elaborado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica, clareza das informações e eficácia da proposta. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.10.2 Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)

Descritivo: Elaboração de manual de estilo com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser organizado por capítulos, com imagem da tela (prints) indicando a área e suas informações técnicas de arte. O guia deve reunir todos os artefatos produzidos em design e arquitetura, além de fornecer o mapa de elementos, documento que descreve todos os componentes interativos e seus respectivos comportamentos na interface com o usuário, com o objetivo de garantir a consistência do trabalho de design e arquitetura de informação projetado nas etapas seguintes de desenvolvimento. O documento também deve conter a padronização visual adotada na solução, desde padrões gerais, como cor e formas, até modelos gerais de telas e condições gerais do projeto (especificações que dizem respeito ao ambiente, como comportamento no browser, cores e tipografia), elementos gerais (especificações de elementos que aparecem em todo o ambiente ou na maioria das páginas como header e rodapé) e elementos específicos. Na parte relativa ao conteúdo, o guia de estilo deve documentar o estilo da comunicação e regras do discurso on-line.

Entregas: Arquivo com o manual diagramado em formato definido pelo MPA.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Observância do padrão de manuais.
- Clareza e consistência das informações.

- Uso de exemplos.
- Correção ortográfica e gramatical.
- Aderência e aplicabilidade às necessidades do MPA.

Características consideradas na classificação de complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.11 Atendimento

1.11.1 Atendimento de Demandas

Descritivo: Identificação das necessidades do MPA e acompanhamento da execução das soluções propostas, garantindo a manutenção da qualidade técnica da entrega dos produtos e serviços executados no âmbito da contratação. O atendimento compreende as seguintes atividades:

- Compreensão plena das necessidades do MPA;
- Proposição de produtos e serviços adequados ao atendimento dessas necessidades.
- Gerenciamento das demandas em andamento.
- Documentação dos produtos/serviços realizados.

Entregas: Relatório contemplando a listagem das tarefas realizadas, com detalhamento e status de andamento, nas versões impressa e digital. O relatório deve trazer as movimentações que impactem no preço e no prazo de entrega do produto ou serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.

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

Complexidade:

Alta	<p>Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios.</p> <p>Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.</p>
Altíssima	<p>Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para</p> <p>execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.</p>

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

1.12 Desenvolvimento e Gestão de ambientes digitais

1.12.1 Fotografia Still

Descritivo: Produção de fotos de interesse do órgão demandante dirigidas ao público externo e/ou interno.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Avaliação da qualidade técnica e editorial das fotografias, conforme o briefing.

Obs: O equipamento fotográfico será de responsabilidade da contratada.

Complexidade:

Baixa	Produção com duração de até 2 horas, com entrega mínima de 5 fotos. Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.
-------	--

1.12.2 Arquitetura de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de arquitetura para estrutura de navegação e categorização de informações de propriedades digitais como portais, sites, páginas, aplicativos e jogos, contemplando seus diversos níveis. Poderá, de acordo com a solicitação da CONTRATANTE, compreender os seguintes tópicos:

- Elaboração e adequação da propriedade digital da CONTRATANTE, em conformidade com a Identidade do CONTRATANTE;
- Proposição de arquitetura da informação da propriedade digital da CONTRATANTE aderente ao padrão da Identidade do CONTRATANTE;
- Aproveitamento dos módulos criados;
- Aproveitamento das funcionalidades e regras presentes nos módulos;
- Aproveitamento da estrutura e elementos globais desenvolvidos;
- Aproveitamento da navegabilidade e usabilidade definidas.
- Adaptação de elementos gráficos e estilos definidos;
- Proposição de novos módulos;
- Proposição de novas funcionalidades;
- Proposição de novos elementos gráficos e estilos ou utilização de elementos gráficos e estilos já existentes;
- Definição de fluxos, análise de dados e atividades de concepção e construção;
- Desenho dos fluxos de interações;
- Organização, hierarquização e definição da nomenclatura dos itens e funcionalidades;
- Produção de protótipos navegáveis no wireframe.

Entregas:

- Solução de navegação ou organização de informações, contemplando hierarquicamente as seções do ambiente, bem como os relacionamentos conceituais de similaridade, subordinação e cruzamento das informações:
- Mapa de elementos.
- Listagem das telas.
- Fluxo das interações
- Regras de funcionamento e
- Wireframe (protótipo), contemplando todos os cenários possíveis, em arquivo eletrônico navegável, com orientação dos elementos contemplados nas telas. No caso de projetos para dispositivos móveis, o protótipo deve ser executável neste tipo de dispositivo, além de web browser.

Complexidade:

Média	Entrega de Arquitetura da informação até o terceiro nível.
-------	--

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.12.3 Relatório de Análise de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de relatório de performance, compreendendo as seguintes atividades:

- Levantamento de dados de performance da propriedade digital do MPA (acessos, visitas, localidades, tipos de conexões).
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências do mês e os resultados.
- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas na propriedade digital durante a semana.
- Análise de picos e vales.
- Elaboração de relação de ocorrências relevantes.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório semanal, em arquivo de apresentação e arquivo texto, contendo as ocorrências, dados de performance, análises realizadas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado. Entregas semanais, no primeiro dia útil da semana subsequente.

9. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

A Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações não possui um histórico nesse tipo de serviços, que possa ser levado em consideração. Isso porque, como anteriormente relatado, o Ministério nunca possuiu uma contratação específica de comunicação digital, e quando utilizou de contratos de outros órgãos, também obteve prestação de serviços muito aquém de suas necessidades, portanto, em moldes bastante diversos da contratação pretendida atualmente.

Vale registrar que apesar de já ter se passado mais de um ano da reestruturação, ainda é muito recente a nova estrutura do ministério, sendo muito difícil mensurar as necessidades quantitativas do órgão.

Sendo assim, foi feito um esforço pela equipe de planejamento, para se estimar as quantidades dos serviços pretendidos na contratação, com base:

- a. nas orientações recebidas pela Secom/PR como órgão que comanda o Sistema de Comunicação – SICOM (Art. 4º, do Decreto nº 6.555/2008);
- b. nas necessidades experimentadas ao longo do primeiro ano de existência do Órgão;
- c. no olhar técnico da gestão da unidade; e,
- d. na estratégia de comunicação adotada nesse momento pelo Ministério; e,
- e. nas projeções futuras, em vista do que se desenha para o Órgão como políticas públicas para os próximos anos.

Cumpra observar que as quantidades propostas são estimadas, e conforme o item 7.1 do Projeto Básico "serão executadas à medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 6.1, quanto ao valor de investimento para a contratação".

DA ESTIMATIVA DE DESLOCAMENTO (PASSAGENS AÉREAS E DIÁRIAS) PARA A LICITAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

A pesca no Brasil desempenha um papel social e econômico crucial ao longo de sua extensa costa de mais de 8.500 km. O Ministério da Pesca e Aquicultura - MPA é responsável pela gestão da política nacional pesqueira e aquícola, incluindo a regulamentação, licenciamentos e promoção de pesquisa, cooperativismo e negociações internacionais na área. **A atividade pesqueira é regida pela Lei nº 11.959, de 29 de junho de 2009 que dispõe sobre a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável da Aquicultura e da Pesca.**

O MPA, através do Departamento de Desenvolvimento e Ordenamento da Pesca, tem como atribuição planejar e ordenar a atividade de pesca nacional, tanto comercial quanto não comerciais, sendo estas:

- a) artesanal: quando praticada diretamente por pescador profissional, de forma autônoma ou em regime de economia familiar, com meios de produção próprios ou mediante contrato de parceria, desembarcado, podendo utilizar embarcações de pequeno porte;
- b) industrial: quando praticada por pessoa física ou jurídica e envolver pescadores profissionais, empregados ou em regime de parceria por cotas-partes, utilizando embarcações de pequeno, médio ou grande porte, com finalidade comercial;
- c) científica: quando praticada por pessoa física ou jurídica, com a finalidade de pesquisa científica;
- d) amadora: quando praticada por brasileiro ou estrangeiro, com equipamentos ou petrechos previstos em legislação específica, tendo por finalidade o lazer ou o desporto;
- e) de subsistência: quando praticada com fins de consumo doméstico ou escambo sem fins de lucro e utilizando petrechos previstos em legislação específica.

Destarte, a necessidade de viagens nacionais e internacionais é real, e a Assessoria de Comunicação do MPA precisa fazer as coberturas das agendas, lançamentos, eventos, visitas técnicas, bem como auxiliar as autoridades nas demandas nacionais e internacionais de imprensa.

Não é possível fazer a estimativa real de despesas com emissão de passagens e concessão de diárias uma vez que esses valores podem ser muito variáveis. Principalmente em relação às viagens internacionais, porque além de depender dos preços das passagens, que geralmente são atrelados ao dólar, o pagamento das diárias também se realiza em dólar.

Na presente contratação, para o alcance da porcentagem, foi utilizado o percentual recomendado nos modelos da Secom/PR. Sendo assim, para o reembolso das despesas com deslocamentos necessários à realização dos serviços, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, será destinado, como limite máximo, o percentual de até 4% (quatro por cento) do valor do contrato.

Para tanto, cumpre explicar que esse percentual não pode ser considerado excessivo, já que as autoridades do órgão estão envolvidas diretamente com muitas demandas internacionais e nacionais.

Além disso, após a pandemia do Coronavírus, em 2019, as passagens sofreram um aumento considerável de preço, principalmente as passagens internacionais. O dólar também aumentou muito, o que encareceu as diárias dos profissionais que precisam executar os serviços fora do país.

Estima-se que se faz necessária a cobertura de entregas, eventos, reuniões e visitas técnicas, o que demanda em média 3 viagens nacionais por semana (3 x 52 = 156), além de 1 viagem internacional por mês.

Para cerca de 2 colaboradores em cada viagem (videomaker e reporter, por exemplo), totaliza-se 208 deslocamentos por trecho nacional (sendo considerado um trecho a ida e a volta: 156 x 2 = 208), bem como por traslado. Para trechos internacionais, para 2 colaboradores em cada viagem, totaliza-se 24 deslocamentos (12 x 2 = 24). Além disso, foram estimadas 2 diárias por deslocamento nacional, por profissional e 5 diárias por profissional para deslocamento internacional.

Saliente-se que, por se tratar de reembolso, a mera previsão do percentual não gera desvantajosidade na execução contratual, pois se o valor não for utilizado, não demandará gastos ao MPA.

Para a estimativa de preços das diárias nos deslocamentos, utilizamos como critério o disposto no modelo de edital da Secom que define o seguinte:

Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pelo CONTRATANTE, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

Para diárias no país, será utilizado o valor referente ao nível “D” de indenização (equivalente ao cargo DAS-4) dos servidores civis, conforme Anexo I do Decreto nº 5.992/2006. (grifamos)

Ocorre que com a promulgação da Lei nº 14.204, de 16 de setembro de 2021, foram instituídos novos cargos em comissão e funções de confiança, conforme a seguir:

Art. 2º Ficam instituídos, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, os Cargos Comissionados Executivos (CCE) e as Funções Comissionadas Executivas (FCE), nos níveis estabelecidos no Anexo I desta Lei e com os valores constantes da tabela f do Anexo I da Lei nº 11.526, de 4 de outubro de 2007.

Parágrafo único. Os CCE e as FCE são destinados às atividades de direção, de chefia e de assessoramento. (grifamos)

No caso do DAS4, o CCE13 o substituiu, conforme se vê da tabela da relação entre cargos em comissão do Grupo de Direção e Assessoramento Superiores (DAS) e Cargos Comissionados Executivos CCE e Funções Comissionadas Executivas (FCE), disponível no Anexo III, da Lei nº 14.204, de 16 de setembro de 2021:

ANEXO III

TABELA DA RELAÇÃO ENTRE CARGOS EM COMISSÃO DO GRUPO DIREÇÃO E ASSESSORAMENTO SUPERIORES (DAS) E CARGOS COMISSIONADOS EXECUTIVOS (CCE) e FUNÇÕES COMISSIONADAS EXECUTIVAS (FCE)

DAS-1	CCE-5	FCE-5
DAS-2	CCE-7	FCE-7
DAS-3	CCE-10	FCE-10
DAS-4	CCE-13	FCE-13
DAS-5	CCE-15	FCE-15
DAS-6	CCE-17	FCE-17
NE	CCE-18	

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.

Ocorre que com tais mudanças adveio, ainda, alteração na Lei nº 5.992/2008 que, além de aumentar o valor das diárias por cargos, aproveitou o ensejo para alterar as nomenclaturas dos cargos. Vejamos a nova tabela de valores de diárias no país:

ANEXO I

(Redação dada pelo Decreto nº 11.117, de 2022) Vigência

Tabela - Valor da Indenização de Diárias aos servidores públicos federais, no País

Classificação do Cargo/Emprego/Função	Deslocamentos para Brasília/Manaus/Rio de Janeiro/São Paulo	Deslocamentos para outras capitais de Estados	Demais deslocamentos
a) Ministros de Estado	668,15	508,00	527,84
b) Cargos de Natureza Especial; CCE-18	508,38	455,00	401,61
c) CCE-17; CCE-16; CCE-15; CCE-14; CCE-13 e equivalentes	433,49	387,86	342,23
d) Demais cargos, empregos e funções	381,14	341,02	300,90

Importante salientar que apesar do Decreto nº 71.733/1973, que prevê os valores de diárias para o exterior, ainda não ter sido alterado, nota-se que em breve sofrerá alteração quanto a codificação dos cargos, por força da Lei nº 14.204, que extinguirá os cargos DAS4 (até 31 de março de 2023), motivo pelo qual também entendemos necessária a inclusão do novo cargo CCE13, a frente do cargo DAS4 (passando a constar DAS4 / CCE13), como referência no valor das diárias nacionais e internacionais.

Para diárias no exterior, será utilizado o valor referente à Classe “III” de indenização (equivalente ao cargo DAS-4) dos servidores civis, conforme Anexo III do Decreto nº 71.733/1973.

Reitera-se que o quantitativo é meramente estimativo, devendo ser adequado às demandas que ocorrerem durante o período de execução contratual, respeitado o percentual destinado aos gastos com deslocamentos, no valor de 4% (quatro por cento) do valor do contrato.

Para adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/hotel ou evento/aeroporto, dentro do território nacional), será utilizado o valor referente ao descrito no art. 8º e anexo II, do Decreto 5.992/2006, sendo reembolsado o valor comprovadamente utilizado, até o limite estabelecido.

10. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 9.996.896,22

Pesquisa de Preços

A equipe de planejamento realizou a pesquisa de preços durante os estudos técnicos preliminares no painel de preços, entre os contratos da administração pública e com empresas do setor privado.

Pesquisa no Pannel de Preços

Como fonte primária para levantamento do valor estimado da contratação, foi realizada consulta ao Pannel de Preços para verificar previamente os valores unitários hoje contratados pela Administração.

Verificou-se que o sistema não trás devolutivas para os serviços demandados, por tratar-se de contratação de objeto especial, com pacote de serviços com escopos singulares.

Assim, foi necessário contato junto aos órgãos integrantes do SICOM para analisar os contratos hoje em execução e comparar seus serviços com àqueles propostos por este MPA.

Pesquisa em Contratos Similares

A pesquisa em outros entes públicos, despendeu a análise de inúmeros contratos, contudo, relacionamos abaixo àqueles que, após averiguação técnica dos projetos básicos, serviram como referência de preços para alguns dos serviços que integram a Tabela de Produtos e Serviços, vejamos:

- Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional – Contrato nº 24/2021;
- Banco do Brasil – Contrato nº 8558/2020
- Ministério da Saúde – Contratos nº 10/2023 e 11/2023;
- e, Embratur – Contrato nº 40/2022.

Informamos que os contratos acima estão aptos a servirem de referência pois todos encontram-se em vigor. Insta considerar que nem todos os serviços dos catálogos de cada contratação correspondem ou são passíveis de comparação.

Feita a cotação de preços inicial baseada nos referidos contratos chegou-se a quantia de R\$ 9.509.591,55 (nove milhões, quinhentos e nove mil, quinhentos e noventa e um reais e cinquenta e cinco centavos). Todavia o mapa de preços deverá ser produzido com base na pesquisa de preços de mercado, com o estudo adequado de valores inexequíveis e excessivos, que será juntado oportunamente ao processo de contratação.

Pesquisa com empresas do setor privado

A realização da pesquisa de preços foi realizada com 11 empresas em 01/10/2024 disponibilizando até o dia 11/10/2024 para que elas respondessem. Apenas 05 (cinco) empresas responderam a pesquisa, foram elas:

- FSB Comunicação e Planejamento Estratégico LTDA, com valor total de R\$ 18.182.400,00;
- in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS, com valor total de R\$ 13.059.089,96;
- LP Publicidade e Comunicação LTDA, com valor total de R\$ 12.235.920,00;
- Octoplus Comunicação LTDA, com valor total de R\$ 10.277.184,00; e
- DMC Propaganda LTDA, com valor total de R\$ 9.945.765,00.

Metodologia

Nos contratos vigentes com o setor público, assim como do setor privado, foi realizada a média e a mediana dos valores unitários de cada produto /serviço.

Com a média e a mediana de cada um dos produtos e serviços, comparamos os valores resultantes e foi definido entre os membros da Equipe Técnica de Planejamento, a utilização do menor valor unitário entre a média e a mediana.

Com o menor valor entre a média e a mediana em cada item, foi multiplicado pela quantidade a ser contratada.

O resultado final foi de R\$ 9.612.400,00 (nove milhões, seiscentos e doze mil e quatrocentos reais)

Este valor com o acréscimo dos 4% referente aos reembolsos referente aos deslocamentos, totaliza **R\$ 9.996.896,22 (Nove milhões, novecentos e noventa e seis mil, oitocentos e noventa e seis mil reais e vinte e dois centavos).**

11. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Em 19 de junho de 2023, por meio da Instrução Normativa nº 01, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom /PR restou vedado a contratação híbrida de serviços de corporativa e digital. Vejamos:

“Art. 14. Fica vedado a licitação para a contratação de mais de um dos serviços especificados no art. 1º, reunidos em um único objeto, para a execução por única empresa ou consórcio de empresas ao órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 1º No âmbito dos serviços indicados no caput, integram o objeto da contratação as seguintes atividades:

III - para os serviços de comunicação digital:

- a) prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital;
- b) a moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais, monitoramento e o desenvolvimento de proposta de estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos;
- c) a criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação digital; e
- d) o desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos da ação de comunicação digital, em consonância com novas tecnologias.

§ 2º O edital preverá que, após a subscrição do contrato, a execução das atividades descritas no §1º do caput, dependerão de aprovação expressa do órgão ou entidade contratante.” (grifei)

Cumpre informar o que diz o art. 1º da referida IN 01/2023, da Secom/PR:

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

Até mesmo a conceituação de serviços difere e é tratada de forma separada pela Secom, por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021. Vejamos:

“Art. 3º As ações de comunicação do Poder Executivo federal compreendem as áreas de:

I - comunicação digital;

II - comunicação pública; [...]

Art. 4º Aplicam-se os seguintes conceitos para as áreas de comunicação de que trata o art. 3º:

I - comunicação digital: ação de comunicação que consiste na criação e na convergência de conteúdos e mídias, para a disseminação, interação, acesso e troca de informações na internet;

II - comunicação pública: realizada exclusivamente em prol do interesse público, a fim de garantir a cidadania, o direito à informação e à livre expressão de pensamento e a participação do cidadão no debate de assuntos de relevância política, econômica e social e de temáticas relacionadas à condição humana e à vida em sociedade;

[...]”

Resta claro que a determinação é a contratação de forma separada. Até mesmo os modelos formulados pela Secom são distintos.

Não significa que em um passado recente não tenham ocorrido contratações híbridas, mas a orientação da Secom mudou desde o entendimento adotado pelo TCU por meio do acórdão ACÓRDÃO n. 2.693/2019 – TCU – Plenário (1618458), de que a titulação genérica da contratação de comunicação institucional com a junção dos objetos de comunicação pública (institucional ou corporativa) e de comunicação digital reduzia a competitividade no mercado. Vejamos o entendimento exarado:

“12. Ainda, a deficiência dos estudos ensejou o somatório de serviços de natureza bastante distinta em uma mesma licitação, a exemplo de “Comunicação Pública”, “Relações com a Imprensa” e “Relações Públicas”, sob a titulação genérica de “Comunicação Corporativa”, reduzindo competição no mercado em face do menor número de empresas que prestam todos eles de modo conjunto. A adequada conceituação e diferenciação de cada um desses serviços foi aclarada por meio da Instrução Normativa SECOM-PR nº 5/2011, com as seguintes identificações de áreas específicas:

I - Comunicação Digital;

II - Comunicação Pública;

III - Promoção;

- IV - Patrocínio;
- V - Publicidade, que se classifica em:
 - a) publicidade de utilidade pública;
 - b) publicidade institucional;
 - c) publicidade mercadológica; e
 - d) publicidade legal.
- VI - Relações com a Imprensa;
- VII - Relações Públicas.

13. Desse modo, a aglutinação de grande parte dos serviços em apenas uma licitação, sem que houvesse justificativas suficientes para embasar a escolha de mudança do modelo, em valores significativamente superiores, deve ser reprovada diante da inobservância do parcelamento adequado previsto no art. 23, § 1º, da Lei 8.666/93.”

Ora, a divisibilidade do objeto a ser adquirido, a princípio, permite uma maior competitividade na oferta, eis que amplia a margem daqueles possíveis licitantes que podem ofertar parte do objeto, mas não o objeto como um todo.

Nesse sentido, esclarece a doutrina com base em entendimento do TCU:

“Conforme destacado pelo TCU, o parcelamento do objeto, aplicável às compras, obras e serviços, acarreta a pluralidade de licitações, pois cada parte, item, etapa ou parcela representa uma licitação isolada em separado. (TCU. Licitações & contratos: orientações e jurisprudência do TCU. 4. ed. Brasília, 2010. P.225)”

Trata-se, pois, de um importante instrumento na busca por melhores condições e benefícios pelo Poder Público. Não por outra razão, o TCU entende que quando for possível a compra do objeto por parte (parcela), a licitação (e adjudicação do objeto licitado) deve ser obrigatoriamente feita por item:

“De acordo com o TCU, é obrigatória, nas licitações cujo objeto seja divisível, a adjudicação por item e não por preço global, de forma a permitir uma maior participação de licitantes que, embora não dispondo de capacidade para o fornecimento da totalidade do objeto, possam fazê-lo com relação a itens ou unidades autônomas. (TCU, Acórdão 122 /2014, Plenário, Rel. Min. Benjamin Zymler, 29.01.2014, Informativo de Jurisprudência sobre Licitações e Contratos do TCU n. 183)”

O Enunciado da súmula 247 TCU diz ainda que:

“É obrigatória a admissão da adjudicação por item e não por preço global, nos editais das licitações para a contratação de obras, serviços, 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.”

Por todo o exposto nas justificativas e fundamentações acima, a melhor forma de contratação, que atenda a legislação vigente, bem como os órgãos de controle, e ainda é recomendada pela doutrina, é a contratação separada de comunicação corporativa e de comunicação digital, de forma independente e autônoma.

É certo que, ainda assim, entende-se que haverá momentos em que os dois contratos terão sim de ser conciliados para a prestação completa da demanda de comunicação, mas o reflexo técnico, no entender da Ascom, não seria atingido.

Além disso, as contratações nos moldes propostos não apresentam peculiaridades que dificultem a fiscalização dos serviços, especialmente por se tratar de remuneração baseada em resultados.

Partindo do fato de que a contratação já foi dividida, deve-se deixar claro que há um limite para tanto.

A coexistência de muitas empresas atuando em um processo de construção de uma solução de comunicação traria dificuldades à execução, pois cada uma deteria as informações decorrentes do item sob sua execução e não haveria uma visão global da problemática do órgão e das possibilidades de atuação. Dessa forma a estratégia de comunicação do Ministério da Pesca e Aquicultura ficaria fragmentada e restrita a determinados itens. Por outro lado, os interesses individuais de cada contratada poderiam passar a contaminar a proposição da melhor solução e subtrair a necessária agilidade e eficiência.

É evidente que quando há mais de uma empresa envolvida em partes de uma atividade interdependente, eleva-se o risco de comprometer a execução, gerando insucesso nas entregas. Desmembrar os serviços e trazer novos contratos para o Ministério, também aumentaria a complexidade da gestão, o que onera a Administração Pública.

A presente licitação visa a contratação de empresa especializada em prover soluções integradas para a prestação de serviços inter-relacionados de comunicação digital. Embora o edital apresente itens de serviços/produtos e até estimativas de quantitativos individualizadas, não se tratam de itens isolados de um cardápio, mas de propor soluções que utilizem possibilidades contratuais a fim de compor estratégias de comunicação que visem obter o melhor resultado das divulgações para o Órgão junto aos seus públicos de interesse nas mídias digitais. Some-se aos argumentos apresentados que não há possibilidade de dividir serviços do Projeto Básico sem correr o risco de sobreposição de objeto e do MPA ter que arcar com gastos desnecessários ou despesas em duplicidade.

A Ascom/MPA objetivou realizar uma contratação focada na integração dos diversos serviços de comunicação, unindo serviços de conteúdos diversos para serem divulgados nas redes sociais.

Para tanto pensou-se na contratação de "planejamento estratégico de comunicação digital". Por vezes uma ação necessita de um estudo mais aprofundado sobre os problemas e desafios de comunicação e o plano se faz necessário. A partir desse plano, vários dos serviços que integram o catálogo podem ser identificados como necessários para a realização de uma certa atividade.

A necessidade do "Planejamento Estratégico de Comunicação Digital" poderá ser identificada pelo gestor da Ascom ou ainda pela própria empresa, por meio do serviço de atendimento de demandas, que deverá “receber, coordenar, articular, encaminhar e acompanhar as demandas de comunicação das unidades do Órgão”. Tal serviço é, por analogia, o coração da Ascom. Os profissionais que tratarem desse trabalho, receberão insumos das áreas do MPA e serão os interlocutores entre as demandas das secretarias e a comunicação na área digital.

Esse trabalho de articulação com as áreas será fundamental para orientar aqueles que serão os responsáveis pela “interação com usuários das redes sociais”. Esses profissionais precisam estar constantemente atualizados sobre as temáticas das unidades e o discurso das autoridades para poder responder aos questionamentos de usuários das redes. Se a comunicação entre as equipes citadas falhar, a qualidade do material "publicado nas redes sociais" ou o trabalho de “interação com usuários das redes sociais” estará comprometido.

Para funcionar bem, as tarefas precisam estar bastante interligadas e haver a prática cotidiana e frequente de trocas de informação e insumos. Equipes que se retroalimentam para que possam gerar uma comunicação satisfatória junto aos beneficiários, gestores dos programas sociais, mídia e sociedade em geral. Entre outras tarefas, os responsáveis pela “recepção, coordenação e encaminhamento de demandas” precisarão distribuir e acompanhar as atividades a serem realizadas por profissionais cujas atribuições são rotineiras e fundamentais para uma Assessoria de Comunicação: “produção de conteúdos para redes sociais”, “produção de vídeos e animações” e a "publicação do conteúdo".

Além disso, será necessário fazer "relatórios de análise de propriedade digital", “relatório de desempenho de redes sociais” e “relatório estratégico gerencial de monitoramento”, para acompanhar a quantidade e o comportamento de usuários que acessam e navegam pelos sites e/ou redes do Ministério da Pesca e Aquicultura. Depois realizar "diagnósticos e matriz estratégica", avaliar a "saúde digital das marcas e temas" do Ministério. Ao final, será possível elaborar estruturas de navegação de "propriedade digital", por meio de novas arquiteturas, e para isso utilizar os serviços de “montagem e criação de capa/página de site/portal”, bem como a “atualização de página”. Em alguns casos será possível ainda criar um novo "elemento gráfico" para o portal ou intranet, trabalhando a parte do "design" das referidas plataformas.

Compreende-se, assim, que o serviço a ser contratado retrata a intenção de a Administração Pública observar as recomendações da Corte de Contas e não pode ser parcelado, além do que já se propõe em institucional e digital, por se tratar de serviço intelectual, intangível e indivisível.

Assim, a contratação nos moldes propostos garantirá uniformidade (a fim de evitar a contradição de informações e integrar as mensagens para obter maior retorno com a propagação das mesmas) e sinergia (formato planejado e adaptado ao perfil do órgão e do público-alvo em cada canal de comunicação, veiculada estrategicamente para ampliar seu impacto conforme as necessidades).

A visão conjunta de alguns produtos/serviços de comunicação digital preconiza um monitoramento unificado, em que as métricas de cada disciplina convergem para o resultado comum: melhorar o desempenho da organização.

Outro fator de ganho para a instituição é a rapidez na mudança de rota, uma vez que a partir do monitoramento, é possível identificar e entender de forma mais objetiva, em cada momento e contexto, o que está facilitando ou dificultando o alcance dos objetivos e, conseqüentemente, o que deve receber mais ou menos atenção, esforço e investimento. Quando a comunicação está segmentada com muitos fornecedores, a gestão da mudança é morosa e pouco eficiente.

Além disso, principalmente em situações de crise, percebe-se que a utilização conjunta de compostos da comunicação é mais eficiente no encontro de soluções para a transmissão adequada das informações, que são disseminadas de forma coerente e objetiva.

12. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

A contratação em pauta correlaciona-se com a contratação de serviços de publicidade, tratada no processo SEI nº 00350.004209/2024-58, em vista de ambas tratarem de serviços essenciais para a composição da estratégia de comunicação do Ministério da Pesca e Aquicultura. Contudo, conforme explanado nas justificativas inseridas nestes Estudos, as licitações foram compostas de forma independente, podendo ser licitadas e contratadas separadamente.

13. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

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 tanto para que se mantenha o foco no alcance de resultados efetivos para a organização, quanto para a entrega de resultados à sociedade.

Essa visão consagra a comunicação digital como um componente crucial 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.

A contratação pretendida tem relação direta com o alcance dos objetivos estratégicos do Órgão, como já justificado. Além disso, a contratação em tela está relacionada às atividades das áreas meio e finalísticas do MPA, à medida em que a comunicação digital se apresenta como instrumento de disseminação de informações e criação de espaços para o debate de políticas públicas.

Além disso, a contratação de serviços de comunicação foi contemplada no Plano Anual de Contratações (PAC) para os anos de 2023, 2024 e 2025, através do sistema Planejamento e Gerenciamento de Contratações (PGC).

14. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Dentre os resultados, espera-se o incremento da capacidade de condução sistêmica da comunicação digital do Ministério da Pesca e Aquicultura, 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 no tocante à disseminação de políticas e programas do Poder Executivo Federal, à definição de diretrizes de comunicação nos sítios e portais dos órgãos e entidades, bem como no atendimento de pautas prioritárias de governo na implementação da prestação de serviços públicos.

Ainda como resultado, é esperado que os produtos a serem desenvolvidos nesta contratação permitam o fortalecimento do discurso institucional do Ministério da Pesca e Aquicultura, 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 MPA de prover informação relevante e de interesse público com qualidade, segundo os objetivos estratégicos da Pasta.

15. Providências a serem Adotadas

Não é necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambientes do órgão visando o início da execução dos serviços. Ressalta-se que, atualmente, parte dos serviços de comunicação digital (atendimento à imprensa e atendimento aos demandantes internos) nos moldes propostos já estão sendo executados no ambiente do órgão, que já se encontra adequado, podendo demandar alguns ajustes pontuais para abrigar mais alguns profissionais que prestarão os serviços de comunicação digital.

Em princípio, a contratação nos moldes propostos não apresenta peculiaridades que dificultem a fiscalização dos serviços, especialmente por se tratar de remuneração baseada em resultados. Contudo, cumpre ressaltar que, em conjunto com a Subsecretaria de Gestão e Administração, deverão ser providenciados cursos relacionados a fiscalização e gestão contratual, caso haja o entendimento de que há necessidade de capacitação dos servidores nesse sentido, buscando sempre o aprimoramento do controle dos serviços.

16. Possíveis Impactos Ambientais

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

Sendo assim, a empresa contratada deverá contribuir para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010, e no que couber do Guia Nacional de Contratações Sustentáveis, edição de 2024.

17. Declaração de Viabilidade

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

17.1. Justificativa da Viabilidade

Esta equipe de planejamento posiciona-se conclusivamente sobre a adequação da solução para o atendimento da necessidade da contratação em comento, com base no Estudo Técnico Preliminar, consoante o Inciso XIII, do artigo 9º da IN 58 de 08 de agosto de 2022.

18. Responsáveis

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

BRUNO JOSE ALMEIDA DE BRITO

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 10/09/2025 às 16:08:02.



Documento assinado digitalmente

MARIA BEATRIZ SANTOS SOARES DA SILVA

Data: 10/09/2025 18:58:16-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

MARIA BEATRIZ SANTOS SOARES DA SILVA

Membro da comissão de contratação



Documento assinado digitalmente

ERIKA SANTOS MENESES TANAKA

Data: 11/09/2025 12:15:04-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ERIKA SANTOS MENESES TANAKA

Membro da comissão de contratação