

Estudo Técnico Preliminar 29/2024

1. Informações Básicas

Número do processo:

2. Descrição da necessidade

Abertura do Processo Administrativo nº 01245.018574/2023-29, com data de autuação em 31/08/2023, com a finalidade de pretensão estatal na contratação de uma empresa prestadora de serviços de comunicação institucional doravante denominada licitante ou contratada, para atender as necessidade institucionais deste Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - MCTI. .

Introdução

Os Estudos Técnicos Preliminares devem ser realizados anteriormente às contratações, visando a análise da sua viabilidade e o levantamento dos elementos essenciais que servirão para compor Termo de Referência ou Projeto Básico, de forma que melhor atenda às necessidades da Administração.

A Equipe de Planejamento, designada pela Portaria nº 7500/2023-SEI/MCTI, de 29/09/2023, publicada no Boletim de Serviço do MCTI nº 18, de 29/09/2023, (SEI nº 11409361) elaborou os Estudos Técnicos Preliminares para a contratação em tela, para análise da sua viabilidade e levantamento dos elementos essenciais que servirão para compor o Termo de Referência ou Projeto Básico, de forma que melhor atenda às necessidades da Administração, em conformidade com o disposto na Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 40, de 22 de maio de 2020.

2.1 A presente contratação faz-se necessária para auxiliar o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - MCTI no desempenho de sua missão institucional, contribuindo para o desafio de fortalecer a comunicação do Governo Federal com a sociedade Brasileira e estrangeira.

2.2 As ações de comunicação institucional e de conteúdo multimídia, referentes a ações do Poder Executivo federal compreendem a formulação da política de comunicação e divulgação social, mediante a implantação de programas informativos e o desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública, a realização de ações de assessoria de imprensa, de relações públicas, de comunicação, de promoção, de patrocínio e de publicidade.

2.3 Neste cenário, verifica-se indispensável ao Ministério contar com o assessoramento técnico especializado, a fim de que sua comunicação com a imprensa e com o cidadão em geral, quer em âmbito regional, nacional ou internacional, seja realizada utilizando-se de um discurso alinhado, segmentado, ágil e eficiente, abordando, portanto, uma linguagem acessível a todos.

2.4 Em 17 de abril de 2023 foi publicado o Decreto nº 11.493, que criou e aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, órgão da administração pública federal direta, tem como áreas de competência os seguintes assuntos:

I -políticas nacionais de ciência, tecnologia e inovação;

II -planejamento, coordenação, supervisão, monitoramento e avaliação das atividades de ciência, tecnologia e inovação;

III - políticas de transformação digital e de desenvolvimento da automação;

IV - política nacional de biossegurança;

V - política espacial;

VI - política nuclear;

VII - controle da exportação de bens e serviços sensíveis; e

VIII - articulação com os Governos dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, com a sociedade e com os órgãos do Governo federal, com vistas ao estabelecimento de diretrizes para as políticas nacionais de ciência, tecnologia e inovação.

2.5 O MCTI tem a seguinte estrutura organizacional:

I - órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado da Ciência Tecnologia e Inovação:

- a) Gabinete;
- b) Assessoria de Participação Social e Diversidade;
- c) Assessoria Especial de Controle Interno;
- d) Ouvidoria;
- e) Corregedoria;
- f) Assessoria Especial de Assuntos Internacionais;
- g) Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos;
- h) Assessoria Especial de Comunicação Social;
- i) Secretaria-Executiva:
 - 1. Departamento de Fundos e Investimentos;
 - 2. Departamento de Governança e Indicadores de Ciência e Tecnologia;
 - 3. Subsecretaria de Ciência e Tecnologia para a Amazônia;
 - 4. Subsecretaria de Unidades de Pesquisa e Organizações Sociais; e
 - 5. Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração; e
- j) Consultoria Jurídica;

II - órgãos específicos singulares:

- a) Secretaria de Políticas e Programas Estratégicos:
 - 1. Departamento de Programas Temáticos; e
 - 2. Departamento para o Clima e Sustentabilidade;
- b) Secretaria de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento Social:
 - 1. Departamento de Popularização da Ciência, Tecnologia e Educação Científica; e
 - 2. Departamento de Tecnologia Social, Economia Solidária e Tecnologia Assistiva;
- c) Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação:
 - 1. Departamento de Programas de Inovação; e
 - 2. Departamento de Apoio aos Ecossistemas de Inovação; e
- d) Secretaria de Ciência e Tecnologia para Transformação Digital:
 - 1. Departamento de Ciência, Tecnologia e Inovação Digital; e
 - 2. Departamento de Incentivos às Tecnologias Digitais;

III - unidades de pesquisa:

- a) Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas;
- b) Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer;
- c) Centro de Tecnologia Mineral;
- d) Centro de Tecnologias Estratégicas do Nordeste;
- e) Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais;
- f) Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia;
- g) Instituto Nacional da Mata Atlântica;
- h) Instituto Nacional de Águas;
- i) Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia;
- j) Instituto Nacional de Pesquisa do Pantanal;
- k) Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais;
- l) Instituto Nacional de Tecnologia;
- m) Instituto Nacional do Semiárido;
- n) Laboratório Nacional de Astrofísica;
- o) Laboratório Nacional de Computação Científica;
- p) Museu de Astronomia e Ciências Afins;
- q) Museu Paraense Emílio Goeldi; e
- r) Observatório Nacional;

IV - órgãos colegiados:

- a) Comissão de Coordenação das Atividades de Meteorologia, Climatologia e Hidrologia;
- b) Comissão Técnica Nacional de Biossegurança;
- c) Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia;
- d) Conselho Nacional de Controle de Experimentação Animal; e
- e) Conselho Nacional de Informática e Automação;

V - entidades vinculadas:

- a) autarquias:
 - 1. Agência Espacial Brasileira - AEB; e
 - 2. Comissão Nacional de Energia Nuclear - CNEN;
- b) fundação: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq; e
- c) empresas públicas:
 - 1. Centro Nacional de Tecnologia Eletrônica Avançada S.A. - Ceitec; e
 - 2. Financiadora de Estudos e Projetos - Finep; e

VI - unidades descentralizadas:

- a) Unidade Regional do Nordeste; e

b) Unidade Regional do Sudeste.

2.6 Nessa linha, no que concerne ao presente caso, as relações com a imprensa e com o público em geral, previstas no Decreto nº 11.493, de 17 de abril de 2023, Do Capítulo III das competências dos órgãos, da Seção I, Dos órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado da Ciência, Tecnologia e Inovação, Art. 10 da Assessoria Especial de Comunicação Social compete:

- I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, observadas 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 do Ministério 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 seus perfis em redes sociais e, em especial, elaborar e publicar 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 à:
 - a) divulgação das ações do Ministério, inclusive na hipótese de relevância ou repercussão; e
 - b) utilização em relatórios e periódicos de gestão;
- VII - monitorar os resultados das 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 conformidade 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; e
- XI - gerir e fiscalizar os contratos administrativos e os acordos firmados pelo Ministério para o desenvolvimento das ações e responsabilidades de comunicação social.

2.7 Constata-se, pelas competências atribuídas na área de comunicação, ser imprescindível a contratação de empresa especializada para o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, visando dar continuidade ao desempenho de suas atividades, com a finalidade de atender ao princípio da publicidade previsto na Constituição Federal em seu art. 37, parágrafo 1º.

2.8 Com vistas a assegurar o bom desempenho de suas tarefas, o MCTI necessita dispor de produtos e serviços adequados e suficientes para atuar, por meio da Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM, em todas as frentes de atendimento à imprensa e de relações públicas no âmbito do MCTI.

2.9 Tendo em vista a relevância dessas tarefas, é essencial que comunicação social esteja preparada para prestar o atendimento necessário a seus públicos de interesse e produzir informações com tempestividade e credibilidade.

2.10 O bom desempenho de tarefas tão complexas, porquanto interdependentes - com nível de qualidade equivalente à importância de que se reveste a comunicação do Poder Executivo federal - só poderá ser alcançado por meio da associação dos recursos humanos disponíveis, contando com a experiência de empresas especializadas nas diversas áreas de suporte à comunicação regional, nacional e internacional. Esta associação será capaz de mobilizar técnicos, instrumentos e informações que permitem identificar soluções integradas para problemas que o Executivo Federal que, sem o apoio ou assessoramento técnico especializado, não conseguiria engendrar com a agilidade e assertividade necessárias, visto serem, algumas vezes, imprevisíveis.

2.11 Revela-se, portanto, fundamental ao órgão dispor de assessoria de empresa de comunicação institucional e relações públicas capaz de auxiliar no suprimento das demandas de comunicação do Poder Executivo federal em nível regional, nacional e internacional, porquanto se apresenta como indispensável para a atuação de uma comunicação eficiente do governo junto à sociedade como um todo.

2.12 Os serviços constantes deste ETP serão realizados e executados sob a supervisão, da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM do MCTI, tendo como principais produtos e serviços essenciais:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Monitoramento e Análise;
- e) Produção de Conteúdos;

- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises;
- g) Ação de Relações Públicas Digital;
- h) Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; e
- i) Atendimento.

2.13 Dos Serviços Complementares: Não será admitida a contratação de serviços complementares, haja vista a necessidade apenas dos produtos e serviços essenciais elencados no **item 6 deste ETP**, os quais fazem parte da expertise da empresa do ramo.

2.14 Das Despesas com Deslocamentos de Profissionais a Serviço:

2.14.1 Após consulta aos contratos administrativos executados pela administração pública direta e aos que foram realizados pelo órgão; foi constatado a porcentagem mais utilizada de 10% (dez por cento), para despesas de deslocamentos dos profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, conforme na tabela abaixo. **E para a pretensão estatal, a escolha é de 15% (quinze por cento)**, no qual está dentro do limite da recomendação da SECOM, no qual estabelece o percentual não superior a 15% (quinze por cento), além disso, está de acordo com o praticado na Administração Pública Direta. Justificamos esta porcentagem para atendimentos das demandas futuras, tendo em vista, a participação deste órgão em eventos, solenidades e viagens oficiais dos agentes públicos, tanto em âmbito nacional quanto internacional, no qual resulta no deslocamento dos profissionais para efetuar a cobertura jornalística para divulgação das políticas públicas de Ciência, Tecnologia e Inovação.

Nº	ÓRGÃO	A N O CONTRATO	VALOR DA CONTRATAÇÃO	PORCENTAGEM DE DESPESAS DE DESLOCAMENTO DE PROFISSIONAIS
1	MTUR	CONTRATO Nº 4/2023 (11451103)	R\$ 18.750.000,00	Contrato item 8.9. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I do Projeto Básico, dos Produtos e Serviços Complementares constantes do Apêndice II do Projeto Básico e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 15% (quinze por cento) do valor estimado para execução contratual.
2	CIDADANIA	CONTRATO Nº 19/2022 (11451477)	R\$ 9.085.544,19	Contrato item 8.7. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Anexo I deste contrato e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor deste contrato.
3	MDR	CONTRATO Nº 24/2021-MDR (11468755)	R\$ 6.049.303,20	Contrato item 7.7. Para pagamento das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução contratual. Esclarecemos que o valor final do contrato será composto pelo valor final fixado para os produtos e serviços descritos no Apêndice I, do Projeto Básico, acrescidos do valor correspondente ao percentual previsto neste item.
4	MCTI		R\$ 18.366.828,23	Projeto Básico subitem 4.5.7. Para pagamento da prestação de Produtos e Serviços Prestados por intermédio de Fornecedores - Apêndice IV e das despesas de deslocamento e diárias, sem

		Contrato n.º 05 / 2018 (10612778) (2066784)		prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado um percentual limite de até 10% do valor estimado para a contratação, previsto no subitem 10.1.
5	MC	Contrato n.º 19 / 2022 (10584304)	R\$ 7.343.542,47	<u>Contrato item 8.7.</u> Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Anexo I deste contrato e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor deste contrato.
6	MDR	Contrato n.º 21 / 2020 (10584335)	R\$ 5.548.153,49	<u>Contrato Item 8.7.</u> Para pagamento das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução contratual. Esclarecemos que o valor final do contrato será composto pelo valor final fixado para os produtos e serviços descritos no Apêndice I, do Projeto Básico, acrescidos do valor correspondente ao percentual previsto neste item.
7	TRANSPORTES	CONTRATO Nº 04/2020 (11451552)	R\$ 6.460.021,67	<u>Contrato item 8.9.</u> Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Anexo I deste contrato, Produtos e Serviços Complementares previstos no catálogo constante do Anexo II e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 8% (oito por cento) do valor deste contrato.
8	MINFRA	Contrato n.º 04 / 2020 (10556729)	R\$ 4.496.980,30	<u>Contrato item 8.9.</u> Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Anexo I deste contrato, Produtos e Serviços Complementares previstos no catálogo constante do Anexo II e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 8% (oito por cento) do valor deste contrato.
9	MCOM	Contrato n.º 38 / 2022 (10556715)	R\$ 60.000.000,00	<u>Contrato item 4.4.</u> Até 4 % (quatro por cento) do valor informado no subitem 4.1, a critério do CONTRATANTE, ser destinado para o reembolso à CONTRATADA das despesas provenientes dos deslocamentos de profissionais a serviço conforme disposto na CLÁUSULA NONA – PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO
10	FUNPRESP	CONTRATO Nº 11/2022 (11468624)	R\$ 1.768.144,21	<u>Contrato item 10.9.</u> Para pagamento de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 2,5% (dois e meio por cento) do subtotal do valor estimado para a execução contratual, representado pela soma dos valores estimados para Produtos e Serviços Essenciais,

				Produtos e Serviços Complementares e Honorários da Contratada.
11	ECONOMIA	CONTRATO Nº 60/2020 (11656488)	R\$ 13.671.881,63	Contrato item 8.9. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Anexo I e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, são destinados, como limites máximos, respectivamente, os percentuais de até 1% (um por cento) e 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução contratual.
12	CIDADES	Edital de Concorrência 01 /2023	Estimado R\$ 20.000.000,00	Edital item 9.29. Para pagamento das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (Dez por cento) do valor estimado para a execução contratual.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM	Ana Cristina Gonçalves dos Santos

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

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

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

4.2 Sendo imprescindível, para a execução dos produtos e serviços essenciais, a observância dos seguintes requisitos mínimos:

- a) Capacidade de executar e operacionalizar, sob demanda e mediante autorização prévia do MCTI, os produtos e serviços essenciais relacionados ao projeto básico e/ou contrato, de modo tempestivo e eficiente;
- b) Capacidade de manter equipe de profissionais com comprovada capacidade técnica e experiência na execução dos serviços que serão descritos no Projeto Básico, bem como observar as diretrizes estabelecidas em documentos correlatos;
- c) Quando solicitado formalmente pela contratante, tomar providências de imediato, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais produtos e serviços, desde que não causadas pela própria contratada ou por seus prepostos; e
- d) Comprometer-se a não divulgar informações acerca das atividades objeto do contrato sem prévia e expressa autorização da contratante.

4.3 Além dos requisitos mínimos acima apresentados, outros serão exigidos no Projeto Básico, a fim de possibilitar a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração, sem prejuízo da ampliação do número de interessados em participar do certame.

4.4 Modalidade e tipo de licitação:

4.41 A contratação de serviços de comunicação institucional será adotada, conforme escolha da área técnica do Ministério na modalidade "Concorrência" e "melhor técnica", em face do valor estimado envolvido.

4.4.2 Informamos que houve uma consulta com a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, sobre a "melhor técnica" ou "técnica e preço", no qual respondeu por E-mail Consulta SECOM_Melhor Técnica (SEI nº 11606495):

"A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, visando um melhor atendimento aos interesses da Administração, em atenção à Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12, de 31 de março de 2023, em seu art. 3º, inciso I, combinado com o art. 35 da Lei nº 14.133/2021 e art. 10, § 1º da IN SECOM/PR nº 1/2023, que preconiza a utilização do julgamento pelo critério "Melhor Técnica" para as contratações de bens e serviços essenciais."

"Tendo em vista o investimento previsto neste edital, esse modelo proporciona a escolha de uma empresa mais qualificada e capacitada na obtenção de melhores estratégias de comunicação, maior potencial na capacidade de atendimento, bem como maximiza o alcance das mensagens a serem difundidas pela instituição, com o emprego de metodologia ou condições de execução e a tradição técnica dos licitantes, dessa forma minimizando riscos como a interrupção contratual, prestação de serviços inadequados, baixa produtividade, dentre outros que venham a comprometer a excelência do atendimento que requer um órgão do porte do MCTI."

4.4.3 E ainda de acordo, com o Art. 6, XXXVIII, da Lei 14.133/2021: *"Concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, cujo critério de julgamento poderá ser melhor técnica ou técnica e preço"*.

4.4.4 Conclui-se, que as características do serviço de comunicação institucional: área responsável pela criação e fortalecimento da identidade e imagem de uma organização, por meio de ações que promovam o diálogo e a interação com seus públicos, sejam eles internos (colaboradores e funcionários) ou externos (clientes, parceiros, imprensa e sociedade em geral), se caracteriza em serviços especiais.

4.4.5 A efetivação do serviço de comunicação terá como base a entrega de produtos e serviços essenciais descritos neste ETP item 6, realizadas por profissionais de comunicação, por sua própria natureza, normalmente envolve a criatividade ou aptidões intelectuais, busca de soluções, além do relacionamento exaustivo com a imprensa, tais serviços envolvem tarefas relevantes de criação, atreladas às habilidades artísticas e intelectuais próprias dos profissionais envolvidos, para a efetiva prestação dos serviços listados, que são diferenciadas, razão pela qual não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, tendo em vista que não são dotados de padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado. Por tanto, opta-se pela "Concorrência" e "melhor técnica".

4.4.6 Diante disso, encontra-se baseado no art. 36 e 37 da Lei nº 14.133/2021, a "melhor técnica", o qual dispõe que podem ser usadas para serviços de natureza predominantemente intelectual, como no caso da contratação em comento, em especial na elaboração de planos e projetos de comunicação para todos os projetos programas e atos deste MCTI em relação a seu relacionamento com seus diversos públicos alvo, sem olvidar dos direcionamentos destacados pela SECOM-PR.

Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o **caput** deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

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

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

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

IV - obras e serviços especiais de engenharia;

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

§ 2º No julgamento por técnica e preço, deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica.

§ 3º O desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública deverá ser considerado na pontuação técnica, observado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 88 desta Lei e em regulamento.

Art. 37. O julgamento por melhor técnica ou por técnica e preço deverá ser realizado por:

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

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

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

§ 1º A banca referida no inciso II do **caput** deste artigo terá no mínimo 3 (três) membros e poderá ser composta de:

I - servidores efetivos ou empregados públicos pertencentes aos quadros permanentes da Administração Pública;

II - profissionais contratados por conhecimento técnico, experiência ou renome na avaliação dos quesitos especificados em edital, desde que seus trabalhos sejam supervisionados por profissionais designados conforme o disposto no art. 7º desta Lei.

§ 2º Ressalvados os casos de inexigibilidade de licitação, na licitação para contratação dos serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual previstos nas alíneas “a”, “d” e “h” do inciso XVIII do **caput** do art. 6º desta Lei cujo valor estimado da contratação seja superior a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), o julgamento será por: (Promulgação partes vetadas) (Vide Decreto nº 11.317, de 2022) Vigência

I - melhor técnica; ou

II - técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.”

4.4.7 Ademais, a recente Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, no qual 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*. Contempla no art. 7º, que serviços prestados de comunicação institucional serão processados na modalidade concorrência do tipo de melhor técnica ou técnica e preço.

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

Parágrafo único. A SECOM disponibilizará, na sua página institucional, minutas de editais padronizadas para a contratação dos serviços de comunicação, as quais servirão de referência para subsidiar a elaboração dos editais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

página: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/modelos-de-edital-de-servicos-de-comunicacao-institucional>

4.4.8 Cumpre informar que, dentre as prerrogativas da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República SECOM/PR, concedidas pelo Decreto nº 6.555, de 2008, está a atribuição de “*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*”.

4.4.9 No presente caso, a norma em vigor que rege o assunto é a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023 que dispõe no artigo 12:

Art. 12. A SECOM subsidiará os órgãos e entidades integrantes do SICOM na elaboração de minutas de editais, projetos básicos ou termos de referência para a contratação de serviços de comunicação institucional, de comunicação digital e de serviços de promoção.

§ 1º Para a análise prévia da SECOM, os documentos editalícios serão encaminhados em arquivo editável (formato.doc), para os seguintes endereços eletrônicos:

I - minuta de edital com todos os anexos, exceto o anexo referente ao Briefing: secom.editais@presidencia.gov.br; e

II - anexo referente ao Briefing (arquivo com senha ou criptografado): secom.briefings@presidencia.gov.br.

§ 2º A SECOM terá quinze dias úteis para análise e manifestação sobre as minutas de edital e seus anexos que lhe forem previamente submetidas.

§ 3º A validação dos aspectos procedimentais da minuta de edital, a análise técnica do seu conteúdo e a consequente aprovação pela SECOM, serão realizadas somente após a apreciação prévia do setor jurídico do órgão ou entidade responsável pelo certame.

4.4.10 De forma complementar e subsidiariamente em observação as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara, quanto a determinação "melhor técnica" ou "técnica e preço" são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatoria a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

4.4.11 Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a "melhor técnica", considerando que esta corresponde aos anseios da Assessoria Especial de Comunicação Social do MCTI, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

4.4.12 Adicionalmente, dadas às características da atuação da ASCOM, a execução contratual não seria adequada por meio de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional, com nível básico de qualificação, por não terem condições técnicas de atenderem de forma satisfatória às demandas de comunicação do Governo Federal e aos anseios da Administração, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

4.4.13 Nesse tipo de licitação, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração, não é aquela necessariamente menos onerosa. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas.

4.4.14 Segundo, o TCU apresenta vasta jurisprudência sobre o enquadramento do tipo de licitação que deve ser usado na contratação de serviços de predominância intelectual, como, por exemplo, o Acórdão 2172/2008 – Plenário: "*Entendo como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos. [...] Ressalto, a propósito, que os serviços de caráter predominantemente intelectual devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação de melhor técnica ou técnica e preço. (...)*".

4.4.15 Deve-se ressaltar ainda que, numa licitação de tipo "melhor técnica", não se ignora a realidade de preços do mercado. Ao contrário, ao mesmo tempo em que se almeja contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, se estabelece um valor máximo de contratação de cada item com base na extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré-estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração.

4.4.16 Adicionalmente, deve-se destacar que o presente modelo de edital disponibilizado pela SECOM, partiu da premissa de que o serviço visa atender a necessidade pública permanente e contínua, razão pela qual foi prevista a possibilidade de prorrogação contratual com base no artigo 105, 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.

4.4.17 A escolha do critério de "melhor técnica" em detrimento do critério de "técnica e preço" se justifica plenamente quando se considera a complexidade e a importância estratégica do objeto do presente edital, que é a comunicação institucional do MCTI, sendo assim citamos:

a) Exigência de Alta Qualidade Técnica: A comunicação institucional é uma atividade que exige não apenas um conhecimento técnico profundo, mas também criatividade, inovação e uma compreensão aguçada do público-alvo e dos objetivos institucionais. Esses fatores são essenciais para garantir que sua atuação em relações públicas e soluções de comunicação institucional ou ações e produtos sejam eficazes em transmitir a imagem, os valores e as mensagens do MCTI. A escolha de um critério baseado em "melhor técnica" assegura que o processo de licitação selecione o licitante que demonstre maior capacidade técnica e aptidão para cumprir essas exigências.

b) Risco de Comprometimento da Qualidade com o Critério de Preço: A inclusão do preço como critério de avaliação pode comprometer a qualidade dos serviços oferecidos, uma vez que os licitantes poderiam optar por reduzir custos abaixo do valor de custeio dos serviços para se tornarem mais competitivos, potencialmente, comprometendo a qualidade final dos serviços ofertados. Dado que a comunicação institucional tem um impacto direto na percepção pública e na reputação do órgão, é imprescindível que a escolha seja baseada na melhor proposta técnica, mesmo que essa não seja de menor preço. A proposta de menor preço nem sempre pode ser a mais vantajosa para a Administração Pública, razão pela qual, outros parâmetros de avaliação foram registrados pela Lei nº 14.133/2021, resultando em tipos específicos de licitação, a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública. Deve-se ressaltar ainda que, numa licitação de tipo "melhor técnica", não se ignora a realidade de preços do mercado. Ao contrário, ao mesmo tempo em que se almeja contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, se estabelece um valor máximo de contratação de cada item com base numa extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré-estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração. Adicionalmente, deve-se destacar que o presente edital foi disponibilizado partindo-se da premissa de que o serviço visa atender a necessidade pública permanente e contínua, razão pela qual foi prevista a possibilidade de prorrogação contratual com base no artigo 105, da Lei nº 14.133/2021. Contudo, o MCTI deve justificar o caráter continuado do serviço com base no disposto na legislação, em especial fundamentando se a sua interrupção compromete a prestação do serviço público ou o cumprimento de sua missão institucional.

c) Precedentes e Práticas em Licitações Similares: Em outras licitações de serviços de comunicação institucional, tanto no âmbito público quanto no privado, o critério de "melhor técnica" tem sido amplamente adotado, justamente para assegurar que a qualidade técnica não seja sacrificada em prol de menores custos. Isso demonstra uma prática consolidada e justificada, que busca priorizar a excelência do serviço em áreas na qual a técnica e a criatividade são determinantes para o sucesso da criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional, bem como para manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação.

4.4.18 Conclui-se pelos procedimentos a serem adotados para pretensão estatal de empresa especializada, por meio da modalidade de licitação Concorrência, do tipo Melhor Técnica, sob a égide da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017 e de forma subsidiariamente e observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

5. Levantamento de Mercado

5.1 Com a finalidade de verificar junto ao mercado especializado as possibilidades de solução à contratar, ficou constatado que para a finalidade almejada pelo MCTI, faz-se primordial a contratação de empresas especializadas para prestação de serviços de comunicação institucional.

5.2 Para a contratação de empresas de comunicação social, a SECOM disponibilizou modelos de editais, com diversos serviços, que devem ser modulados com base nas necessidades do órgão e nas dinâmicas a serem adotadas.

5.3 Em uma prévia análise no site de Painel de Compras/Compras Governamentais, é possível encontrar resultados de outros órgãos que utilizam formas similares de contratação, dentre os quais se cita: Pesquisa de Preço Painel de Preços (SEI nº 11449345).

- a) UASG: 410003 - Ministério da Comunicações - Fornecedor: FSB ESTRATEGIA EM COMUNICACAO LTDA. Valor: R\$ 60.000.000,00 (sessenta milhões de reais)
- b) UASG: 540004 - MINISTERIO DO TURISMO - Fornecedor: FSB ESTRATEGIA EM COMUNICACAO LTDA. Valor: R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)
- c) UASG: 550005 - Ministério da Cidadania - Fornecedor: FSB ESTRATEGIA EM COMUNICACAO LTDA. Valor: R\$ 611.965,20 (seiscentos e onze mil novecentos e sessenta e cinco reais e vinte centavos)
- d) UASG : 173030 - MF-CVM-COMISSAO DE VALORES MOBILIARIOS/RJ - Fornecedor: IN.PACTO COMUNICACAO CORPORATIVA E DIGITAL. Valor R\$ 109.463,96 (cento e nove mil quatrocentos e sessenta e três reais e noventa e seis centavos)

5.4 Entretanto, considerando que o Pannel de Compras não dispunha dos valores detalhados do preço dos produtos e serviços essenciais a serem contratados, fez-se necessária a consulta a outras entidades da Administração para averiguar os preços praticados no mercado. Não obstante, o Pannel de Compras tornou-se ferramenta indicadora de quais órgãos poderiam ser consultados.

5.5 Elencamos abaixo diversos órgãos que realizaram licitações, na modalidade concorrência, nos moldes da SECOM, para a contratação de empresa especializada em comunicação:

- a) Ministério da Cidadania - CONCORRÊNCIA Nº 02/2021 Ministério das Comunicações - CONCORRENCIA Nº 02 /2022
- b) FUNPRES-EXE - CONCORRENCIA Nº 02/2021
- c) Ministério do Desenvolvimento Regional- MDR - CONCORRÊNCIA Nº01/2020
- d) Ministério da Economia - CONCORRÊNCIA Nº 01/2020
- e) Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil) - CONCORRÊNCIA Nº 02/2020
- f) Ministério da Infraestrutura- MINFRA - CONCORRÊNCIA Nº 01/2019
- g) Departamento de Infraestrutura e Gestão Patrimonial - DEMAP Banco Central do Brasil - CONCORRÊNCIA Nº01 /2019
- h) Conselho Federal de Química - CFQ - CONCORRÊNCIA Nº 01/2018
- i) Ministério dos Transportes - Concorrência: 01/2019
- j) Ministério do Turismo - Concorrência nº 01/2022
- k) Ministério das Cidades - Concorrência nº 01/2023

5.6 No mercado encontramos diversas empresas que prestam serviços conforme as especificações apresentadas no presente estudo, contudo, em alguns casos não foi possível obter contato. Vejamos algumas:

- a) AGÊNCIA IDEAL COMUNICAÇÃO LTDA.
- b) APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
- c) BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA.
- d) CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.
- e) EDELMAN DO BRASIL CONSULTORIA E COMUNICAÇÃO LTDA.
- f) FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.
- g) GIUSTI COMUNICACAO LTDA.
- h) IN PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL LTDA.
- i) IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

- j) MÁQUINA DA NOTÍCIA COMUNICAÇÃO LTDA.
- k) PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
- l) S2 PUBLICOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
- m) SANTA FÉ IDEIAS E COMUNICAÇÃO LTDA.

6. Descrição da solução como um todo

6.1 A presente licitação visa da continuidade as atividades para atender às necessidades do MCTI, de forma a promover maior segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria. Abaixo listados, ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS, tendo como premissas a execução adequada e qualificada da contratação pretendida:

6.1.1 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

6.1.1.1 Avaliação da Percepção de Imagem

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com o CONTRATANTE e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do *briefing*, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade demonstrada na análise do *briefing*.
- Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- Pertinência do roteiro de entrevistas.
- Consistência da análise dos resultados.
- Assertividade das conclusões.
- Exequibilidade das recomendações.
- Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
Baixa – Nacional	Até 30 entrevistas. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

6.1.2 Mapa de Influenciadores

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de influenciadores mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 300 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
Média – Nacional	De 51 a 100 influenciadores. Prazo de entrega: Até 40 dias úteis.

6.1.1.3 Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação institucional do MCTI, contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para o MCTI em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.

- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz swot (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregas:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes.
- Relatório analítico da matriz swot (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades).
- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

6.1.1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo MCTI junto a seus públicos.

- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE.
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal;
- Abrangência e sua aplicabilidade.
- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

6.1.2 ASSESSORIA DE IMPRENSA

6.1.2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, no atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais. Inclui as seguintes atividades:

- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Atendimento presencial.
- Consulta a fontes.
- Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais da quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do CONTRATANTE.
- Amplitude das informações repassadas.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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

Complexidade:

--	--

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências /empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

6.1.2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, na realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE, incluindo as seguintes atividades:

- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Contatos presenciais.
- Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais com as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.
- Espaço editorial obtido (mídia espontânea).
- Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do CONTRATANTE.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências /empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

6.1.2.3 Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do Governo Federal junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. As atividades incluem:

- Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE.
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- Seleção de convidados e envio de convites.
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.
- Averiguação do local de realização do encontro.
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).
- Prazo para realização.

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

6.1.2.4 Entrevista Coletiva em Ambiente Digital

Descritivo: A atividade compreende as seguintes ações:

- Organização e realização de *hangouts* e transmissões com streaming ao vivo, com levantamento de influenciadores digitais a serem convidados.
- Definição de moderador.
- Preparação técnica para realização.
- Coletânea de perguntas.
- Análise de dados coletados e repercussão da divulgação.

Entregas: Relatório com o resumo do evento, número de acessos e resultados alcançados, além de DVD (ou outra mídia) com gravação da entrevista.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

6.1.2.5 Planejamento de *Presstrip* / *Tour*

Descritivo: Identificação de oportunidade para trabalho direcionado a jornalistas-alvo, que façam a cobertura de imprensa de área de interesse do Governo Federal. O planejamento de uma *presstrip* deve apontar os perfis dos jornalistas, considerando a relevância do convidado a partir de dados pessoais e do veículo a que está ligado. Também deve avaliar a pertinência do convite para a viagem em função da temática e dos objetivos estabelecidos no planejamento estratégico do CONTRATANTE.

Entregas: Planejamento de viagem, com sugestão de tema, detalhamento das atividades sugeridas para cada dia de viagem e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deve prever sugestões de hotéis, restaurantes e passeios. O material deve conter informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis. Também deve conter previsão orçamentária e recomendação de equipe técnica necessária para acompanhamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

6.1.2.6 Acompanhamento de *Presstrip* / *Tour*

Descritivo: Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado.

Entregas: Relatório de cobertura com a descrição das atividades realizadas em cada dia da viagem, apresentação e análise das percepções dos convidados, identificadas por meio de questionário de entrevista ou pesquisa, contemplando fotos e /ou vídeos de registro das visitas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Comparação entre o relatório de atividades e o planejamento da viagem, para verificar se os resultados obtidos com a iniciativa foram os esperados.
- Análise do *feedback* dos convidados.
- Verificação e análise de espaços editoriais (mídia espontânea) relacionados à promoção da *presstrip/tour*.

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de 2 dias.
Média	Viagem com duração de 3 dias.
Alta	Viagem com duração de 6 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

6.1.3 TREINAMENTO

6.1.3.1 Planejamento e Execução de *Media Training*

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos. Carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de 2 a 3 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

6.1.3.2 Media Training em Situações de Crise

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes.
- Tipo do treinamento (entrevista coletiva, entrevista exclusiva, quebra-queixo, debate, oitiva, entre outros) com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Treinamento de 1 porta-voz.</p> <p>Meios de comunicação: TV e Impressos.</p> <p>Carga horária mínima de até 4 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.</p>
Média	<p>Treinamento de até 4 porta-vozes.</p> <p>Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos.</p> <p>Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.</p>
Alta	<p>Treinamento de até 4 porta-vozes.</p> <p>Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.</p> <p>Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.</p>

6.1.3.3 Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Congresso Nacional.
- Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 3 horas.
-------	-----------------------------

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após o treinamento.

6.1.3.4 Workshops / Seminários para Jornalistas

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização de jornalistas com temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os profissionais de imprensa tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na redação de matérias. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia.

Entregas: Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o CONTRATANTE, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de jornalistas convidados.
- Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).
- Prazo de entrega do relatório.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
Média	Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados. Evento com até 7 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.

Alta	<p>Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados.</p> <p>Evento com até 10 atores externos envolvidos.</p> <p>Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.</p>
------	--

6.1.4 MONITORAMENTO E ANÁLISE

6.1.4.1 Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias

Descritivo: Acompanhamento de forma permanente (24 horas, 7 dias por semana) a imagem do Governo Federal e de suas temáticas em redes sociais, *blogs e portais de notícias*. O monitoramento deve indicar a repercussão, a reputação, a evolução de sentimento, os principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisão. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume de menções devem ser alertadas, especialmente aquelas que possam gerar crise. A análise deve identificar as razões do alto volume de menções, e não conter apenas números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está com enfoque positivo ou negativo, o que está gerando esse efeito e fornecer exemplos de posts e notícias que comprovem essa explicação.

Entregas:

- Relatório diário às 7h por e-mail a ser definido pelo CONTRATANTE. Deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (assuntos de maior relevância, positiva ou negativa), tendências de temas relevantes para o dia e temas com potencial para continuar na pauta (por exemplo, tema que esteja repercutindo nas redes sociais).
- Relatório diário entre 12h e 14h por e-mail a ser definido pelo CONTRATANTE. Deve trazer os temas de mais repercussão no dia. O cumprimento desse horário possibilita que o cliente tenha tempo de agir no próprio dia.
- Alertas por e-mail a ser definido pelo CONTRATANTE – Organizar uma régua de corte de crise (por volume de menções) e avaliar o que merece ou não ser alertado. Alertar também para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala, positivamente para o Governo Federal.
- Relatório semanal em arquivo de apresentação em dia e horário a ser definido pelo CONTRATANTE. Recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, positiva e negativamente, entre os itens monitorados. Deve ter conteúdo direto e objetivo, resumindo de forma clara as ocorrências da semana.
- Relatório de fim de semana por e-mail a ser definido pelo CONTRATANTE - 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 o encerramento do mês). Consolidado objetivo das informações e análise macro do ocorrido no mês.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Consistência, relevância e tempestividade dos alertas apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de menções.

Complexidade:

Baixa	Monitoramento de 1 a 100 mil menções/mês.
Média	Monitoramento de 101 mil a 500 mil menções/mês.
Alta	Monitoramento de 501 mil a 1 milhão de menções/mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

6.1.4.2 Análise de Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado em jornais, revistas, *blogs*, redes sociais e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do Governo Federal e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 02 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.

- Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do CONTRATANTE, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de circulação (nacional, regional ou internacional).
- Quantidade de veículos monitorados.

Complexidade:

Baixa – Nacional e Regional	Até 40 veículos monitorados.
Média – Nacional e Regional	Até 60 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Mensal.

6.1.4.3 Auditoria de Imagem

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do Governo Federal e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, *blogs* e redes sociais). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do Governo Federal.

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do Governo Federal e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

6.1.4.4 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: *Clipping* diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

6.1.4.5 Clipping Nacional - TV

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Governo Federal, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo MCTI. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

6.1.4.6 Clipping Nacional - Rádio

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Governo Federal, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 100 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo MCTI. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

6.1.5 PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

6.1.5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como *press-releases*, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.
- Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.
- Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 01 (uma) lauda.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.</p> <p>Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 01 (uma) a 03 (três) laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>

Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.</p> <p>Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>Acima de 03 (três) laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</p>
------	---

6.1.5.2 Edição de Texto em Língua Portuguesa

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

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

6.1.5.3 Fotografia

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Produção com duração de até 4 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.</p>
Média	<p>Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.</p>

Alta	<p>Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 4 horas após a produção.</p>
------	---

6.1.5.4 Reportagem em Vídeo (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.</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>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 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>

6.1.5.5 Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo MCTI. 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 MCTI, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	<p>1 dia de captação e produção.</p> <p>Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.</p> <p>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.</p> <p>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>
Alta	<p>De 2 dias a 5 dias de captação e produção.</p> <p>Gravação acima de 5 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>

6.1.5.6 Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais

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

Entregas: Arquivo de áudio editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Baixa	Até 1 minuto.
Média	Acima de 1 e até 3 minutos.
Alta	Acima de 3 e até 5 minutos.

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

6.1.5.7 Projeto Editorial

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

6.1.5.8 Conteúdo e Design para Apresentação

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

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.

- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do CONTRATANTE, a exemplo da acessibilidade.
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 10 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes.</p> <p>Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 11 a 50 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes.</p> <p>Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>Acima de 50 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: até 7 dias úteis.</p>

6.1.5.9 Banco de Mídias

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

- Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;

- Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao *software* com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- Disponibilização de *storage* em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- Disponibilização de *download* e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;
- Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, ao CONTRATANTE.

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

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

Baixa	Inserção e guarda de até 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição/mês; 10 minutos de peças em áudios prontos/mês; 180 imagens de foto/mês.
Média	Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontos/mês; 600 imagens de foto/mês.
Alta	Inserção e guarda de até 30 horas de vídeo bruto/mês; 1 hora de peças em vídeo prontas/mês; 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

6.1.6 PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES

6.1.6.1 Formação de Comitês de Crises

Descritivo: Formação, em conjunto com o CONTRATANTE, de time multidisciplinar de trabalho para analisar os riscos de imagem e definir estratégias de mitigação de riscos e crises. O trabalho inclui avaliação da estrutura organizacional do CONTRATANTE e de suas principais áreas de atuação, para identificar lideranças e setores diretamente envolvidos em uma situação de crise. A partir desta análise, serão indicadas as áreas a ter assento no comitê e o seu *modus operandi*, sob validação do CONTRATANTE. Também será identificado o local apropriado para formação de sala de crise.

Entregas: Relatório com a indicação de nomes e atribuições dos membros envolvidos no comitê de crises, por tema.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência e consistência da formatação proposta para os comitês.
- Adequação das linhas de ação de cada grupo ou tema de risco e das principais atividades e tarefas a serem executadas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidades de comitês formados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Até 5 comitês de risco.
-------	-------------------------

	Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.
--	---

6.1.6.2 Fluxograma de Processo para Atuação em Crise

Descritivo: Orientação passo a passo para situações hipotéticas de crise, com a identificação dos responsáveis pelas informações e dos porta-vozes mais adequados para cada risco identificado.

Entregas: Fluxograma por tipo de risco em arquivo impresso e eletrônico.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Organização do conteúdo.
- Clareza na apresentação dos fluxos das informações e do plano de atuação em situação de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de fluxogramas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 5 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 30 dias.
Média	De 6 até 10 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 60 dias.
Alta	De 11 até 20 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 90 dias.

6.1.6.3 Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise

Descritivo: Identificação de públicos potencialmente atingidos pela crise, considerando até 3 públicos por risco. A indicação de cada público envolvido terá uma justificativa, demonstrando o seu grau de envolvimento e de relevância para o agravamento ou redução dos efeitos da crise.

Entregas: Relatório de mapeamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Objetividade na identificação dos riscos.
- Clareza na apresentação dos fluxos de informações.
- Pertinência das ações recomendadas para as situações de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de riscos.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 riscos. Prazo de entrega: até 30 dias.
-------	--

6.1.6.4 Manual de Crise

Descritivo: Guia para consulta e formação de lideranças em políticas de prevenção e gestão de crises, no âmbito do Governo Federal, contemplando classificação de crises, processos e procedimentos. Reúne os conceitos teóricos sobre gestão de crise e ferramentas de comunicação a serem utilizadas durante a crise.

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.
-------	--

6.1.6.5 Gerenciamento de Crise Regional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
-------	--

6.1.6.6 Gerenciamento de Crise Nacional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
-------	--

6.1.7 AÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DIGITAL

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Planejamento para períodos inferiores a 3 meses. Prazo de entrega: 5 dias úteis.
Média	Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

Alta	Planejamento para períodos superiores a 6 meses. Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.
------	--

6.1.7.2 Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Mensal.

6.1.7.3 Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade na interação e moderação.
- Qualidade das interações.
- Índice de falhas ou erros.
- Dimensionamento de desempenho, considerado o volume de atuação mês a mês.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Mensal.

6.1.8 DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

6.1.8.1 Projeto Gráfico

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou *webs*, *newsletters*, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no *briefing* de trabalho.

Entregas: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 11 até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

6.1.8.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

6.1.8.3 Diagramação de Apresentações Eletrônicas

Descritivo: Formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

Entregas: Apresentação em programa (*software*) previsto no *briefing*, em arquivo digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.
- Qualidade estética e pertinência ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 20 lâminas.
-------	-----------------

	Prazo de entrega: Até 3 dias.
--	-------------------------------

6.1.8.4 Infográficos Estáticos e/ou Impressos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, no que se refere aos recursos utilizados (foto ou ilustração).
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto. Prazo de entrega: Até 5 dias.

6.1.8.5 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

Descritivo: Representação visual de informações, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser utilizado em eventos, na internet ou em ambientes digitais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto, recursos gráficos e interativos).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos estáticos (foto ou ilustração) e dinâmicos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) utilizados.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Alta	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: Até 15 dias.

6.1.9 ATENDIMENTO

6.1.9.1 Atendimento de Demandas do CONTRATANTE

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, para a proposição do conjunto de produtos e serviços mais adequados para atendimento dessas necessidades, garantindo a manutenção da qualidade técnica da entrega de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação.

Entregas: Relatório contemplando a listagem das tarefas realizadas, seu detalhamento e status de andamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- A avaliação do desempenho e do volume de atendimento às demandas será realizada mês a mês.

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

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.

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

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

6.1.9.2 Acompanhamento de Ordens de Serviço

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de apresentar uma solução de comunicação institucional. Deve garantir a qualidade técnica da entrega e da documentação comprobatória da execução dos produtos/serviços.

Entregas: Relatório com indicação das Ordens de Serviço concluídas, bem como seu histórico de execução, com a descrição de todo o andamento, desde o início até a sua finalização.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Alcance dos indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- 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:

- Volume de Ordens de Serviço.
- Nível de detalhamento.
- Prazos estabelecidos.
- Qualificação da equipe de atendimento.
- Tempo de acompanhamento da demanda.

Complexidade:

Baixa	Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço simples e de curto prazo. Demanda que exige um nível básico de qualificação no atendimento. Consome até 4h de acompanhamento mensal.
-------	---

	Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço que exige maior nível de detalhamento e é de médio prazo.
Média	Demanda exige um nível intermediário de qualificação no atendimento.
	Consome até 8h de acompanhamento mensal.
	Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço complexa, de médio e longo prazo.
Alta	Demanda exige um nível alto de qualificação no atendimento.
	Consome até 16h de acompanhamento mensal.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1 Análise da contratação anterior, do objeto do contrato nº 05/2018, celebrado entre o MCTI e a empresa BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA, possui o mesmo objeto pretendido na contratação. Considerando a manifestação das gestões anteriores do atendimento das necessidade do Órgão, utilizou-se ele para o estudo.

7.2 Para estimar as quantidades bem como o valor dos produtos e serviços necessários ao atendimento do MCTI, durante os primeiros doze meses de execução do contrato, foi realizado levantamento dos serviços contratados e executados nos anos de 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 e 2023 no bojo do contrato nº 05/2018, mantido entre a empresa BR MAIS e MCTI.

7.3 Neste sentido, o quadro abaixo traz a representação dos serviços de Comunicação Institucional e os seus respectivos quantitativos a serem executados no período de vigência contratual futura:

Produto/Serviço Comunicação Institucional		Qtd. Prevista
1.	Estratégia de Comunicação:	
1.1	Avaliação de Percepção de Imagem:	
1.1.1	Complexidade Baixa Regional	1
1.1.2	Complexidade Baixa Nacional	1
1.2	Mapa de Influenciadores:	
1.2.1	Complexidade Baixa Regional	1
1.2.2	Complexidade Média Nacional	1
1.3	Diagnóstico e Matriz Estratégica:	

1.3.1	Complexidade Baixa	1
1.3.2	Complexidade Média	1
1.3.3	Complexidade Alta	1
1.4	Plano Estratégico de Ações de Comunicação Institucional	1
2.	Assessoria de Imprensa:	
2.1	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação:	
2.1.1	Complexidade Baixa	10
2.1.2	Complexidade Média	10
2.1.3	Complexidade Alta	5
2.1.4	Complexidade Altíssima	2
2.2	Contatos Proativos com Veículos de Comunicação:	
2.2.1	Complexidade Baixa	10
2.2.2	Complexidade Média	10
2.2.3	Complexidade Alta	5
2.2.4	Complexidade Altíssima	5
2.3	Entrevista Coletiva:	
2.3.1	Complexidade Baixa	6
2.3.2	Complexidade Média	3
2.3.3	Complexidade Alta	2
2.4	Entrevista Coletiva em Ambiente Digital	4
2.5	Planejamento de Presstrip/Tour	2
2.6	Acompanhamento de Presstrip/Tour:	

2.6.1	Complexidade Baixa	2
2.6.2	Complexidade Média	2
2.6.3	Complexidade Alta	2
3.	Treinamento:	
3.1	Planejamento e Execução de Media Training:	
3.1.1	Complexidade Baixa	2
3.1.2	Complexidade Média	2
3.1.3	Complexidade Alta	1
3.2	Media Training em Situações de Crise:	
3.2.1	Complexidade Baixa	1
3.2.2	Complexidade Média	1
3.2.3	Complexidade Alta	1
3.3	Treinamento para apresentações:	
3.3.1	Complexidade Baixa	2
3.4	Workshops/seminários para jornalistas:	
3.4.1	Complexidade Baixa	1
3.4.2	Complexidade Média	1
3.4.3	Complexidade Alta	1
4.	Monitoramento e Análise:	
4.1	Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias:	
4.1.1	Complexidade Baixa	12
4.1.2	Complexidade Média	6

4.1.3	Complexidade Alta	2
4.2	Análise de Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias:	
4.2.1	Baixa – Nacional e Regional	4
4.2.2	Média - Nacional e Regional	4
4.3	Auditoria de imagem	6
4.4	Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias	12
4.5	Clipping Nacional - TV	12
4.6	Clipping Nacional - Rádio	12
5.	Produção de Conteúdos:	
5.1	Elaboração de texto em Língua Portuguesa:	
5.1.1	Complexidade Baixa	365
5.1.2	Complexidade Média	100
5.1.3	Complexidade Alta	12
5.2	Edição de texto em língua portuguesa	30
5.3	Fotografia:	
5.3.1	Complexidade Baixa	250
5.3.2	Complexidade Média	60
5.3.3	Complexidade Alta	30
5.4	Reportagem em vídeo (vídeo release):	
5.4.1	Complexidade Baixa	60
5.4.2	Complexidade Média	10

5.4.3	Complexidade Alta	5
5.5	Vídeo depoimento para Imprensa e Públicos influenciadores nas Mídias Digitais:	
5.5.1	Complexidade Baixa	36
5.5.2	Complexidade Média	4
5.5.3	Complexidade Alta	4
5.6	Podcast para Imprensa e Públicos influenciadores nas Mídias Sociais:	
5.6.1	Complexidade Baixa	120
5.6.2	Complexidade Média	120
5.6.3	Complexidade Alta	12
5.7	Projeto editorial	3
5.8	Conteúdo e Design para Apresentação:	
5.8.1	Complexidade Baixa	5
5.8.2	Complexidade Média	3
5.8.3	Complexidade Alta	2
5.9	Banco de Mídia:	
5.9.1	Complexidade Baixa	4
5.9.2	Complexidade Média	4
5.9.3	Complexidade Alta	4
6.	Prevenção e Gerenciamento de Crises	
6.1	Formação de Comitês de Crises:	
6.1.1	Complexidade Média	1
6.2	Fluxograma de Processo para Atuação na Crise:	

6.2.1	Complexidade Baixa	1
6.3	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise:	
6.3.1	Complexidade Baixa	1
6.4	Manual de Crise:	
6.4.1	Complexidade Baixa	1
6.5	Gerenciamento de Crise Regional:	
6.5.1	Complexidade Baixa	1
6.6	Gerenciamento de Crise Nacional:	
6.6.1	Complexidade Baixa	1
7.	Ação de Relações Públicas Digital:	
7.1	Planejamento de ações institucionais para relacionamento com públicos influenciadores em ambientes digitais:	
7.1.1	Complexidade Baixa	4
7.1.2	Complexidade Média	1
7.1.3	Complexidade Alta	1
7.2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais:	
7.2.1	Complexidade Baixa	12
7.2.2	Complexidade Média	6
7.2.3	Complexidade Alta	6
7.3	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais:	
7.3.1	Complexidade Baixa	12
7.3.2	Complexidade Média	3

7.3.3	Complexidade Alta	1
8.	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas	
8.1	Projeto gráfico:	
8.1.1	Complexidade Baixa	12
8.1.2	Complexidade Média	3
8.1.3	Complexidade Alta	3
8.2	Diagramação/Editoração de Publicações Impressas:	
8.2.1	Complexidade Baixa	12
8.2.2	Complexidade Média	5
8.2.3	Complexidade Alta	4
8.3	Diagramação de Apresentações Eletrônicas:	
8.3.1	Complexidade Baixa	12
8.4	Infográficos Estáticos e/ou Impressos:	
8.4.1	Complexidade Baixa	120
8.4.2	Complexidade Média	20
8.4.3	Complexidade Alta	2
8.5	Infográfico Dinâmico e/ou Interativo:	
8.5.1	Complexidade Baixa	20
8.5.2	Complexidade Média	20
8.5.3	Complexidade Alta	4
9.	Atendimento:	
9.1	Atendimento de Demandas do CONTRATANTE:	

9.1.1	Complexidade Baixa	12
9.1.2	Complexidade Média	15
9.1.3	Complexidade Alta	8
9.1.4	Complexidade Altíssima	5
9.2	Acompanhamento de Ordens de Serviços:	
9.2.1	Complexidade Baixa	3
9.2.2	Complexidade Média	3
9.2.3	Complexidade Alta	

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 15.141.647,37

A tabela se encontra no anexo I deste estudo técnico preliminar.

8.1. Pesquisa de Preços

8.1.1. Pesquisa no Pannel de Preços

8.1.2. Foram realizadas consultas ao Pannel de Preços, contratos similares e empresas do ramo. "A procura por referência de preços no Pannel do Governo foi realizada de forma criteriosa, mediante vários filtros. Os principais resultados estão relacionados no arquivo pasta ZIP, Pesquisa de Preço Pannel de Preços (SEI nº 11449345)".

8.1.3 Pesquisas - CATSER 15601 (Ano 2022 e 2023) - Relatórios gerados em 10/11/2022; 10/08/2023; 17/10/2023.

8.1.4 A partir dos resultados alcançados, os documentos acima foram analisados de forma minuciosa, contudo, os valores não puderam servir de parâmetros em virtude de não atenderem às especificações da Tabela de Produtos e Serviços Essenciais.

8.1.5. Esclarecemos que, de acordo com a jurisprudência do Tribunal de Contas da União - TCU, a busca por referência de preços deve, necessariamente, levar em consideração as condições semelhantes às solicitadas no procedimento licitatório e se referir a objeto idêntico ao da licitação.

8.2. Pesquisa em Contratos Similares, realizada em entes públicos foram consultados conforme a baixo:

Pesquisa de Preço MEC_CT nº 06/2021_TA 3º/2023_R\$ 3.650,790,49 (SEI nº 11449661);

Pesquisa de Preço MTUR_CT nº 04/2023_R\$ 15.000.000,00 (SEI nº 11451103);

Pesquisa de Preço ANATEL_CT nº 29/2021_3ºTA/2023_R\$ 3.492.248,27 (SEI nº 11451180);

Pesquisa de Preço ANCINE_CT nº 14/2021_R\$ 279.995,38 (SEI nº 11451330);

Pesquisa de Preço Cidadania_CT nº 19/2022_2ºTA_R\$ 9.085.544,19 (SEI nº 11451477);

Pesquisa de Preço M.Transportes_CT4/2020_TA 4º/2023_R\$ 6.460.021.67 (SEI nº 11451552);

Pesquisa de Preço FUNPRESP_CT nº11/2022_R\$ 1.768.144,21 (SEI nº 11468624);

Pesquisa de Preço MDR_CT nº 24/2021_3ºTA/2023_R\$ 6.049.303,20 (SEI nº 11468755);

Pesquisa de Preço ABDI_CT25/2022_3TA_R\$ 6.514.515,47 (SEI nº 11471119);

Pesquisa de Preço M.Cidadania_CT ° 19/2022_ 1ºTA_ R\$ 7.343.294,27 (SEI nº 11654135);

Pesquisa de Preço M.Saúde_CT nº 41/2022_ 2º TA _ R\$ 13.242.687,53 (SEI nº 11654140);

Pesquisa de Preço CAPES_CT Nº 09/2019_5º TA_R\$ 3.750.705,00 (SEI nº 11655054);

Pesquisa de Preço M.Economia_CT Nº 60/2020_4ºTA_R\$ 13.671.881,63 (SEI nº 11656488);

Pesquisa de Preço MTUR/CULTURA_CT Nº 04/2023_1ºTA_R\$ 18.750.000,00 (SEI nº 11659035);

Pesquisa de Preço M.Infra_CT nº 04/2020_ 4ºTA R\$ 6.460.021,67 (SEI nº11659068)

8.2.1. 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.

8.3. Pesquisa com Fornecedores

8.3.1. Foram enviadas solicitação de cotação para **12 (doze)** empresas, das quais 05 (cinco) encaminharam respostas. Dentre as respostas encaminhadas, 04 (quatro) informaram as cotações. São elas:

Pesquisa de Preço In.Pacto Comunicação_R\$ 20.114.742,87 (SEI nº 11452770);

Pesquisa de Preço BR + Comunicação_R\$ 25.933.314,08 (SEI nº 11452773);

Pesquisa de Preço FSB Comunicação_R\$ 27.485.320,00 (SEI nº 11452777);

Pesquisa de Preço CDN Comunicação_R\$ 31.314.402,42 (SEI nº 11452781) e

Traço leal informou o não interesse em cotar.

8.3.2. As demais empresas não se manifestaram.

8.3.3. Para subsídio à cotação de preços, foi encaminhada aos fornecedores planilha em anexo (SEI nº 11538445), com o descritivo dos produtos e serviços e a estimativa de quantidade estimada a ser contratada em um período de 12 (doze) meses.

8.4. Mapa Comparativo de Preços

8.4.1. Com base nas cotações recebidas foi elaborado o Mapa Comparativo de Preços (SEI nº 11539166), com todos os preços unitários e com todas as cotações de mercado visando permitir a análise crítica dos preços apurados.

8.4.2. Dessa forma, o Relatório de Elaboração de Pesquisa de Preços ASCOM (SEI nº 11456448) **estimou a licitação em R\$ 15.141.647,37 (quinze milhões, cento e quarenta e um mil seiscientos e quarenta e sete reais e trinta e sete centavos)** obtidos a partir da análise da média, mediana e média saneada dos preços, de acordo com o critério escolhido pela equipe de planejamento, desconsiderados os valores discrepantes e inconsistentes conforme na Planilha de Mapa Comparativo de Preços (SEI nº 11539166).

8.4.3. Os preços de referência para a contratação são baseados nas cotações com fornecedores e contratações semelhantes por outros órgãos.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. Via de regra, a Administração Pública deve observar o disposto no inciso VIII, § 1º do art. 18 da Lei nº 14.133, de 2021 visando ampliar a concorrência e reduzir custos.

9.2. Embora o volume de serviços a serem prestados seja expressivo, os produtos e serviços essenciais gerados fazem parte de um ciclo integrado de execução, ou seja, há uma interdependência entre cada serviço demandado e executado, como é o caso do desenvolvimento de ações para a prática do planejamento estratégico desta Assessoria, que necessita, para sua consecução, do diagnóstico e matriz estratégica. Sem o diagnóstico e matriz estratégica, não seria possível levantar informações, analisar ambientes, cenários internos e externos relevantes para o MCTI, em relação às suas temáticas.

9.3. Nesse encadeamento produtivo, a contratação com parcelamento de objeto de serviços que podem eventualmente ser considerados como comuns (quando analisados de forma individual), mas que, na prática, são essenciais sob a necessidade de atuação integrada e do caráter estratégico da comunicação, apresenta-se inviável no presente caso, porquanto sua execução, de forma isolada do conjunto, poderá comprometer as entregas, seja em termo de qualidade ou de cumprimento de prazos.

9.4. Dessa forma, na contratação desses produtos e serviços essenciais a serem executados de forma integrada, devem ser considerados os seguintes aspectos, sob a perspectiva do caráter estratégico da comunicação institucional:

Há necessidade de integração e alinhamento da comunicação regional, nacional e internacional;

Produtos e Serviços Essenciais devem seguir uma mesma metodologia de trabalho;

Ferramentas utilizadas para gestão devem ser padronizadas para deixar a mensuração de resultados mais eficiente;

Relacionamento com a imprensa deve apresentar o mesmo padrão nas diversas instâncias de atuação;

Documentos produzidos a partir de fontes de informação centralizadas e organizadas;

A multidisciplinariedade e capacidade técnica comprovada de uma equipe que atenda de forma integrada e nos três segmentos (regional, nacional e internacional).

9.5. Isto porque, a comunicação institucional é ferramenta estratégica e essencial para a consolidação da imagem institucional de entidades públicas e privadas. É importante instrumento para a divulgação ao público externo das ações realizadas e resultados alcançados, bem como de entendimento da percepção que esse mesmo público tem com relação à atuação do órgão ou da instituição.

9.6. A eficiência da comunicação institucional está diretamente relacionada a possibilidade de atuação integrada, que, por sua vez, só é possível a partir de uma demanda que englobe um conjunto de informações, análises, conteúdos e canais. A execução agregada e assertiva de todas essas fases de uma demanda desempenha papel estratégico para consolidar a imagem, alinhar discurso e antecipar ou atuar em eventuais crises.

9.7. Dado o caráter estratégico e fundamental que acompanha a comunicação institucional do Poder Executivo federal, as ações de comunicação corporativa somente poderão ser executadas a contento por empresa especializada e com comprovada capacitação técnica. O que somente um certame licitatório com exigências técnicas diversas permite.

9.8. Em função da alta complexidade dos produtos e serviços essenciais do objeto da contratação, a empresa fornecedora deverá ser responsável pela execução integral das demandas solicitadas pela Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM.

9.9. Trata-se de produtos que para serem executados exigem criatividade, conhecimentos específicos e equipe multidisciplinar. A capacidade intelectual é um diferencial competitivo exigido para o corpo profissional da empresa que vier prestar os serviços de comunicação institucional para o MCTI.

9.10. A execução dos produtos contratados, vai além da objetividade constante na sua descrição individual, ela faz parte de uma solução integrada de comunicação a qual deve demonstrar a inteligência aplicada no entendimento da demanda e nas diversas fases da solução proposta, a qual contempla a combinação de diversos produtos e serviços essenciais previstos no projeto básico.

9.11. Por exemplo, para a realização de uma coletiva de imprensa, é acionado a **assessoria de imprensa**, que será responsável pelo relacionamento com os profissionais da mídia e pela promoção da entrevista junto aos veículos de comunicação.

9.1.2 Ao mesmo tempo, é necessário contratar a **produção de conteúdos** tais como elaboração de textos, *releases*, *factsheets*, avisos de pauta, que utilizarão como subsídio na sua elaboração as informações oriundas da **monitoramento e análise de conteúdo de mídia impressa e televisiva** e o **mapeamento de temas sensíveis**.

9.13. Essas análises também subsidiarão a definição da **pauta para a entrevista coletiva** e a produção de apresentações, definição de mensagem-chave e demais conteúdos.

9.14. Dependendo da pauta da entrevista e do perfil do porta-voz escolhido para apresentar o tema, haveria a necessidade de contratação do serviço de **treinamento** (media training) para orientá-lo quanto ao relacionamento com a imprensa, com

apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das diferentes mídias, simulação de entrevistas, avaliação das posturas dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravações de vídeos, **análise de performance** e relatórios com definição de responsabilidade e grau de autonomia para cada assunto.

9.15. Os serviços de **clipping** e de avaliação e **percepção de imagem** também faria parte da demanda integrada, por permitirem a avaliação da repercussão da coletiva e também gerariam insumos para a definição de temas a serem monitorados, elaboração de pautas futuras para a imprensa e produção de novos conteúdos.

9.16. Caso a entrevista coletiva seja realizada no exterior, também precisariam ser contratados os serviços de **fotografia de agenda de porta-vozes** e de **captação de vídeos**, bem como de **intérprete**.

9.17. A entrevista coletiva poderia, ainda, ser parte de uma das ações previstas em uma estratégia para prevenção e gerenciamento de crise. O que demandaria uma atuação ainda mais diferenciada e complexa.

9.18. O exemplo acima, com a contratação de 12 serviços numa única demanda, deixa evidente a característica de integração que permeia os serviços previstos para a contratação de empresa de comunicação institucional, demonstrando que a sua execução por diferentes fornecedores acarreta grande risco de perda da unicidade da comunicação e da inteligência presente no planejamento da ação de comunicação, além da possibilidade de que não sejam executados com os mesmos prazos e qualidade.

9.19. Reforçamos também a natureza intelectual dos serviços de comunicação institucional, a qual fica evidente quando são exigidos, para sua execução, conhecimentos especializados em diversas áreas em matéria de ferramenta de comunicação, tais como na área de tecnologia da informação, inteligência de negócios, estratégia de canais, perfis dos públicos, linguagem e formatos específicos.

9.20. As exigências acima apresentadas (conhecimentos especializados, criatividade e possibilidade de execução integrada), permeiam à execução de todos os produtos e serviços essenciais indicados no catálogo constante do Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais (SEI nº 11479721) do Projeto Básico ASCOM (SEI nº 11479705), imprimindo aos mesmos significativo caráter de complexidade, o que reforça a **impossibilidade de parcelamento do objeto**.

9.21. As ações de comunicação institucional geralmente exigem o acionamento de mais de um produto ou serviço, os quais quando executados de forma conexa e coordenada refletem no perfeito atendimento dos objetivos propostos.

9.22. Cabe também salientar que desmembrar os serviços e trazer novos contratos para o Ministério, aumentará a complexidade da gestão e resultará em mais ônus à Administração Pública, tendo em vista o ganho pelo encadeamento existente entre os produtos o qual permite o aproveitamento de um material para mais de uma ação de comunicação. Por exemplo, o clipping subsidia o monitoramento e a análise e monitoramento orientam quanto aos canais e conteúdos que deverão ser contemplados no clipping e ambos são insumos para a definição de pautas, produção de conteúdo e elaboração de planejamentos de comunicação.

9.23. Destaca-se ainda que o amplo acesso à totalidade das informações produzidas contribui para a crescente qualificação do fornecedor, refletindo na capacitação intelectual da equipe e na qualidade dos serviços prestados. A curva de aprendizagem nesse caso seria uma só, uniforme e equalizada.

9.24. Um outro exemplo de serviço que poderia, à primeira vista, ser considerado comum, mas que é parte integrante de serviços de comunicação mais complexos é o de fotografia para acervo de imagem e de cobertura fotográfica de agenda de porta-vozes no Exterior.

9.25. O serviço contempla o entendimento da pauta e conhecimento dos formatos e canais onde as imagens serão utilizadas, a seleção e tratamento das imagens, além da preparação de documentação de cessão de direito de imagem. Não é apenas pegar uma máquina fotográfica e seguir um briefing.

9.26. As fotografias também deverão ser organizadas para integrarem o banco de mídias do MCTI, ambiente que também deverá ser cuidado pela empresa contratada.

9.27. Além da cobertura fotográfica no Exterior, a contratação de comunicação institucional também se refere à aquisição de outros produtos e serviços realizados com foco na comunicação internacional – objeto este que já demanda um tipo de contratação mais criteriosa e com mais itens a serem observados. Tais serviços precisam ser realizados por profissionais com habilidades e competências mais completas e com entendimento amplo, que englobe tanto as políticas de governo nacionais e seus desdobramentos, quanto os acontecimentos e desenvolvimento de ações do país no Exterior. Exigem, ainda, conhecimento em idiomas estrangeiros e política externa, além de práticas de comunicação aplicadas em países estrangeiros.

9.28. Considerando essa necessidade de contratação, entende-se que é prejudicial à Assessoria Especial de Comunicação Social, e à própria Administração Pública, a aquisição de produtos e serviços por forma de contratação diferente de concorrência por melhor técnica ou com objetos parcelados em mais de um contrato.

9.29. O parcelamento de serviços resulta em esforços superpostos, ineficiência, incompatibilidade de estratégias e mensagens. A divisão do objeto e adjudicação a mais de uma empresa, no presente caso, acarretariam em riscos enormes de não atendimento às necessidades de comunicação do Órgão, que busca nessa contratação atender aos princípios da razoabilidade e da economicidade. O que pode interferir negativamente na gestão de recursos e no orçamento governamental.

9.30. Além disso, quando há mais de uma empresa executando tarefas interdependentes o risco de haver um trabalho inconcluso ou com pouca qualidade é elevado. Uma delas pode perder o tempo da execução da tarefa e tal fato vir a comprometer o resultado final do trabalho da outra e gerar insucesso na execução.

9.31. A qualidade técnica da comunicação pública se mostra como item primordial, essencial e definidor na aplicação e transparência de políticas públicas, serviços que possam ser considerados comuns, no dia a dia de uma empresa e ou de órgão, passam a ser entendidos como peças de uma engrenagem de um sistema complexo e importante para a divulgação das informações claras, precisas e de utilidade pública para a sociedade.

9.32. Considerando-se ainda o risco de imagem associado à comunicação institucional do Poder Executivo Federal, o caráter estratégico de tal comunicação, a qualificação técnica exigida dos profissionais que irão atuar na empresa contratada e a natureza especializada da comunicação integrada, não há como qualificar como comuns os produtos objeto de tal contratação.

9.33. Por isso, é importante que produtos e serviços desta contratação sejam executados por profissionais qualificados, utilizando metodologias de gestão da comunicação integradas e padronizadas, com vistas a um resultado célere, assertivo e que gerem respostas positivas diante de um cenário tão complexo vivido na época atual.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. Não foi identificado contratações correlatas ou interdependentes, de modo que sua prestação pudesse guardar relação com o objeto ora em estudo ou com ele se interligue e necessite de aquisição a título de complemento.

10.2. A presente contratação ocorre de forma independente, não dependendo de qualquer outro processo licitatório para que possa surtir seus efeitos.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11. Demonstrativo da previsão da contratação no Plano de Contratações Anual, de modo a indicar o seu alinhamento com o instrumentos de planejamento do órgão

11.1. A fim de exercer competências institucionais da ASCOM, contidas nos incisos I a II do art. 10 do Decreto nº 11.493, de 17 de abril de 2023 (a nível estratégico) e incisos III a XI da mesma norma (a nível tático), bem como promover o uso responsável dos recursos públicos e maximizar resultados.

11.2. A presente contratação foi inicialmente prevista no Planejamento Anual de Contratação - PAC 2022 DO MCTI (Processo SEI/MCTI nº 01245.006011/2021-26 - no Formulário - Planejamento de Contratações DEACO_TEMP (SEI nº 9587594).

No Plano de Contratações Anual do ano de 2024 foi cadastrada a demanda como 240101-4/2024.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12. Demonstrativo dos resultados pretendidos, em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis

12.1 O MCTI pretende, nos termos do art. 10 do Decreto nº 11.493, de 17 de abril de 2023, *"planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, observadas as diretrizes estabelecidas pelo Ministro de Estado e pelo órgão responsável pelas ações de comunicação social do Governo federal; monitorar os resultados das ações de comunicação social e a imagem do Ministério junto aos veículos de comunicação;"*

12.2 Assim, mediante a contratação ora em planejamento, desempenhar sua missão institucional de disseminar as ações de comunicação do Governo Federal, bem como promover o diálogo do governo brasileiro com os formadores de opinião e demais públicos, nos âmbitos regional, nacional e internacional.

12.3 Ao desenvolver uma estratégia de comunicação mais eficiente, o MCTI, também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos. Ressalta-se que a experiência da empresa contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer resultados satisfatórios para apoiar a atuação do órgão, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação do Governo Federal no enfrentamento dos desafios institucionais do cotidiano. A conveniência decorre do fato de que a empresa contratada torna-se responsável pela prestação de serviços especializados para o desenvolvimento e execução dos produtos e serviços no decorrer da execução contratual.

12.4 Nesse trabalho, o MCTI - auxiliado pelos órgãos de assistência e órgãos singulares - prioriza o atingimento dos objetivos estabelecidos para cada ação de comunicação, buscando disseminar as políticas públicas do Poder Executivo federal. A expertise das empresas apoiará as equipes internas do Ministério por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes para atender seu planejamento e objetivos.

12.5 Dessa forma, com a contratação dos serviços de comunicação, o MCTI, pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo Federal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício de relacionamento público-social, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional em consonância com o que estabelece o parágrafo 1º, art. 37, da CF/88: *"§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos."*

13. Providências a serem Adotadas

13.1 Para esta contratação, a empresa contratada deverá possuir quantitativo de profissionais adequados, além de infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços. Em casos excepcionais, o MCTI, quando houver necessidade, poderá solicitar que os serviços sejam prestados nas dependências do órgão, na forma definida no projeto básico.

13.2 Ressalta-se que a contratada deverá promover a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas para as empresas que a sucederão, bem como para a equipe técnica do Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação. A transferência de conhecimento objetiva a internalização do conhecimento e de seu uso relacionada a todas as soluções adotadas no decurso do contrato, de forma a garantir autonomia ao MCTI de dar continuidade dos serviços.

13.3 A instituição está na busca de agregar mais servidores, previamente à celebração do contrato, inclusive quanto a capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização capaz de acompanhar a contratação.

14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1 Não há impactos ambientais resultantes da contratação.

14.2 A prestação dos serviços ora em estudo, não afeta ou traz riscos ao meio ambiente, dada a natureza dos produtos e serviços a serem contratados.

14.3 Todavia, a licitante vencedora deverá respeitar as normas e princípios ambientais, no que couber, trabalhando sempre para minimizar ou mitigar efeitos de possíveis danos ao meio ambiente, utilizando-se, por exemplo, de tecnologias e materiais que contribuem para a sustentabilidade do equilíbrio ambiental, conforme orienta a Instrução Normativa nº 01/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, atual Ministério da Economia, e o Decreto nº 7.746/2012.

15. Outras Considerações

15.1 Da Participação ou não de Cooperativas

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

15.2 Da participação ou não de consórcio

No que se refere à presente contratação de serviços de comunicação institucional, entende-se que, por se tratar de objeto que envolve alta complexidade, o edital NÃO deve prever a participação de empresas reunidas em consórcio.

16. Responsáveis

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

PERICLES TEODORO MARQUES DA SILVA

Equipe de planejamento da contratação

WELLYNGTON FERREIRA GOMES

Equipe de planejamento da contratação

17. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **inviável** esta contratação com base neste Estudo Técnico Preliminar.

17.1. Justificativa da Inviabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação com base neste Estudo Técnico Preliminar, consoante o inciso I, art. 3º da IN 58 de 08 de agosto de 2022, da SEGES/ME.

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - 2024_06_12_Planilha_Especificacao_Produtos_e_Servicos_Essenciais..xlsx (65.01 KB)